

# Wesentliches sichtbar machen.

Gesellschaftliches Engagement und unternehmerische  
Verantwortung des ZDF  
2013–2014



Mit dem Zweiten sieht man besser



# **Wesentliches sichtbar machen.**

**Gesellschaftliches Engagement und  
unternehmerische Verantwortung des ZDF 2013–2014**



# Im Wandel verlässlich bleiben

Ob inhaltlicher, technologischer oder medienpolitischer Art: das ZDF begreift den Wandel als Chance. In einem digitalen Medien-Ökosystem nehmen wir ihn immer wieder zum Anlass, uns weiterzuentwickeln – mit einem facettenreichen Programm und offenen Plattformen, aber auch mit kontinuierlich verfeinertem unternehmerischem Handeln. Unsere Strategien zum Erreichen der ökonomischen, sozialen, gesellschaftlichen und ökologischen Ziele gehen dabei Hand in Hand mit unserem Programmauftrag.

Eine publizistisch klare Kontur und Inhalte mit qualitativer und quantitativer Akzeptanz sind die Grundbedingungen für unseren Erfolg. Doch das Unternehmen als Ganzes prägt über das Programm hinaus seinen Wert für die Gesellschaft. Entsprechend versteht sich unser Haus als fairer und verlässlicher Partner – nach außen wie nach innen. Dieses Engagement aus verschiedenen Perspektiven und in unterschiedlichen Dimensionen sichtbar zu machen, ist erneut Aufgabe dieses dritten Berichts zur unternehmerischen Verantwortung des ZDF. Darin wollen wir das Wesentliche nach vorne rücken, das hinter dem Programm steht und so den Ansprüchen unserer Partner und unseres Publikums Rechnung tragen.

# Das Engagement des ZDF

## 10 Soziales und Gesellschaft

Aktion Mensch 12  
Barrierefreiheit 14  
Bürgerschaftliches Engagement 15  
Charity im ZDF 16  
Kinderhilfe Philippinen 18  
Hans-Rosenthal-Stiftung 20  
Deutscher Gründerpreis 21  
Prix Courage 22  
Sterne des Sports 23  
Paralympics 24  
Wahlberichterstattung 26  
Gesellschaftliche Debatte 28  
Integration und Inklusion 30

## 50 Kunst und Kultur

Berliner Theatertreffen 52  
Literatur im ZDF 54  
Denkmalschutz 56

## 58 Umwelt und Ökologie

40 Jahre Umweltredaktion 60  
Weltretter 3.0 61

## 62 Innovation und Kreativität

Digitaler Wandel 64  
Medientechnologie 65  
Filmförderung 66  
Förderung des filmischen  
Nachwuchses 68  
Der Deutsche Kamerapreis 69

## 32 Bildung und Wissenschaft

Qualitätsangebote für Kinder 34  
Jugendmedienschutz 36  
Schau hin! 38  
Kindersoftwarepreis TOMMI 40  
KiKA-Nachhaltigkeitstag 41  
ZDF-Kindernachrichten logo! 42  
ZDF-Kinderreporter 44  
Wie geht Wirtschaft? 45  
Gedächtnis der Nation 46  
Deutscher Zukunftspreis 48

## 70 Kooperationen und Partner- schaften

Medienpartnerschaft Berlinale 72  
Internationale Beziehungen 74

## 76 Wissen und Praxis

Medienforschung 78  
Europäisches Filmerbe 80  
Partnerschaften 82

## 84 ZDF als Arbeitgeber

Diversity 86  
Vereinbarkeit von Beruf und  
Familie 88  
Ausbildung 90  
Weiterbildung 91  
Arbeitssicherheit 92  
Gesundheitsmanagement 94  
Barrierefrei vor Ort 96  
Kreativitätsförderung 98

## 100 Ökologische Aspekte der Arbeit

Nachhaltiges  
Gebäudemanagement 102  
Ökoprotit 104  
Nachhaltige Beschaffung 106  
Energiemanagement 114  
Green-IT 115

## 116 Unternehmens- führung und Transparenz

Verantwortung gegenüber  
dem Beitragszahler 118  
Datenschutz 120  
Transparenz 121  
Beschwerdemanagement 122

## Nachhaltig berichten

Aller guten Dinge sind drei: Doch nicht allein deshalb berichtet das ZDF nun zum dritten Mal über sein gesellschaftliches Engagement und seine unternehmerische Verantwortung. Seit 2010 erfolgt dies alle zwei Jahre – und 2016 wird es voraussichtlich heißen: Noch mehr guter Dinge sind jetzt gar vier. Wie übergeordnete Nachhaltigkeitsziele in konkretes unternehmerisches Handeln übersetzt werden können, beleuchtet im Folgenden dieser Bericht.

Das Triple-Bottom-Line-Konzept, dieses Drei-Säulen-Modell der Nachhaltigkeit, hat sich in nationalen und internationalen Reporting-Standards etabliert (siehe Deutscher Nachhaltigkeitskodex, Global Reporting Initiative, DIN ISO 26000, UN Global Compact und andere mehr). Es gilt als inhaltliche Leitlinie für Corporate Social Responsibility (CSR) und markiert den Mehrwert, den ein Unternehmen gesellschaftlich, sozial, ökonomisch und ökologisch hervorbringt. Und genau das spiegelt dieser Bericht wider und strukturiert ihn zugleich: wie sich die Dimensionen Soziales, Ökonomie und Ökologie auf den Ebenen Gesellschaft, Branche und Unternehmen auswirken.

Das über den Programmauftrag hinausgehende unternehmerische Engagement des ZDF steht hier im Mittelpunkt. Und dennoch weitet sich die Perspektive immer dort in Richtung Programm, wo es inhaltlich geboten erscheint. Dafür ist der Aspekt der Wesentlichkeit entscheidend. Diesen hebt die Global Reporting Initiative (GRI) in ihren neuen G4-Leitlinien zur Nachhaltigkeitsberichterstattung in den Vordergrund – er fungiert auch als Leitmotiv dieses Berichtes.

Das Jahr 2013 und das erste Halbjahr 2014 bilden den Berichtszeitraum, von dem das Wesentliche im Folgenden sichtbar gemacht wird. Und dennoch gehört manches Mal ein Rückblick auf die Aktivitäten vorangegangener Jahre schon aus Verständnisgründen hinzu. Zudem erfolgt an den Stellen, an welchen es einen Mehrwert für die Rezipienten darstellt, ein Ausblick auf geplante Initiativen. All dies

mit dem Fokus auf das ZDF und seine direkten Engagements. Gleichwohl finden auch Projekte mit Partnern aus der Programmfamilie Erwähnung, seien es die gemeinsam mit der ARD veranstalteten Kanäle PHOENIX und KiKA oder die zudem mit ausländischen Partnern realisierten Sender 3sat und ARTE.

Wenn in diesem Bericht von Mitarbeitern, Zuschauern oder Nutzern die Rede ist, impliziert das selbstverständlich die jeweils weibliche Form. Zu Gunsten der Lesbarkeit wird auf deren zusätzliches Ausschreiben verzichtet.

Der Bericht richtet sich an sämtliche Anspruchsgruppen des ZDF – ob Zuschauer, Beitragszahler, Internetnutzer, Mitarbeiter, Gremienvertreter, Medienschaffende, Werbetreibende oder andere Interessenten des Nachhaltigkeits-Engagements.

[www.engagement.zdf.de](http://www.engagement.zdf.de)

»Wesentliche Aspekte sind solche, die die wichtigen wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen der Organisation widerspiegeln oder die Beurteilungen und Entscheidungen der Stakeholder maßgeblich beeinflussen.«

Global Reporting Initiative: G4 Leitlinien zur Nachhaltigkeitsberichterstattung 2013





# Soziales und Gesellschaft

Wir stellen den Menschen in den Mittelpunkt.  
Weil wir hier engagiert Wirkungen erzielen können.



### Schon viel erreicht – noch viel mehr vor: 50 Jahre Aktion Mensch

Das ZDF hat die Aktion Mensch vor 50 Jahren ins Leben gerufen – damals noch unter dem Namen Aktion Sorgenkind. Seit 1964 begleitet der Sender die inzwischen größte private deutsche Förderorganisation im sozialen Bereich – als Vereinsmitglied und Medienpartner. Das ZDF nutzt seine Breitenwirkung, um gesellschaftliche Missstände aufzudecken und ihnen engagiert entgegenzuwirken. Und erreicht dabei Millionen Zuschauer – etwa zu dem noch jungen Thema Inklusion. Gemeinsam rücken der Sender und die Aktion Mensch damit ihrem Ziel näher: eine Gesellschaft, in der das selbstverständliche Miteinander von Menschen mit und ohne Behinderung Wirklichkeit werden kann.

Wie Begegnungen auf Augenhöhe das Leben verändern können, zeigt jeden Samstag die Sendung **Menschen – das Magazin** im ZDF. Die persönlichen Geschichten von Menschen mit Behinderung und ihren Angehörigen machen Barrieren deutlich und weisen weit über diese hinaus. Sie zeigen, wie schon heute Inklusion im ersten Arbeitsmarkt, in der Schule und in der Freizeitgestaltung Realität sein kann.

Damit die Aktion Mensch Projekte unterstützen kann, ist sie auf den Erfolg ihrer Lotterie angewiesen. Je mehr Menschen ein Los kaufen, desto mehr Mittel kann die Aktion Mensch für Projekte ausschütten. Die Bekanntgabe der Lotterie-Gewinnzahlen hat jeden Sonntag um 19.28 Uhr einen festen Platz im ZDF-Programm, moderiert von Rudi Cerne. Er ist seit 2014 ehrenamtlicher Botschafter der Aktion Mensch und besucht regelmäßig geförderte Projekte, um sich vor Ort für eine inklusive Gesellschaft einzusetzen.

Damit Menschen mit Behinderung ihre Wahlfreiheit leben können, braucht es passende Angebote auch im Bereich des Wohnens. Gemeinsam mit ihren Partnern aus der Behindertenhilfe und der Behindertenselbsthilfe hat die Aktion Mensch deshalb das Förderprogramm Wohnen weiterentwickelt. Die Soziallotterie will damit erreichen, dass mehr Menschen mit Behinderung dort wohnen, wo alle anderen wohnen: mitten in den Gemeinden. Ein Beispiel dafür ist die inklusive Wohngemeinschaft der Lebenshilfe in Freiburg. Dort leben junge Menschen mit und ohne Behinderung zusammen. Der Träger vermietet die

einzelnen Zimmer an Untermieter und bildet so unterstützende Wohngemeinschaften rund um einen Menschen mit Behinderung. Dann schließt er mit den Mitbewohnern ohne Behinderung einen Assistenzvertrag ab, der festlegt, wie viele Stunden Eingliederungshilfe sie leisten werden. Durch die Vergütung für die Assistenz wird die Mietbelastung gemindert – für viele Studenten ein interessantes Modell. Konkret unterstützt die Aktion Mensch mit den Erlösen jeden Monat bis zu 1.000 Vorhaben, um die Inklusion voranzutreiben. Möglich machen dieses Engagement etwa 4,6 Millionen Menschen, die sich regelmäßig an der Aktion-Mensch-Lotterie beteiligen. Seit ihrer Gründung im Jahr 1964 konnte die Aktion Mensch bereits mehr als 3,5 Milliarden Euro investieren. Im Jubiläumsjahr 2014 blickt die Aktion Mensch unter dem Motto »Schon viel erreicht. Noch viel mehr vor.« Nicht nur zurück sondern vor allem in die Zukunft. Denn: Das Ziel einer inklusiven Gesellschaft ist noch lange nicht erreicht.

[www.aktion-mensch.de](http://www.aktion-mensch.de)

### Erfolgreiche Zusammenarbeit des ZDF mit der Werkstatt für behinderte Menschen

In der Werkstatt für behinderte Menschen (WfB) sind 346 Menschen mit Behinderung tätig, die ihren Fähigkeiten entsprechend gefördert und betreut werden. Seit 1995 arbeiten fünf davon in einer Außengruppe der WfB im ZDF. Sie sind dort unter anderem zuständig für den innerbetrieblichen Transport von Filmmaterial.

2012 wurde die Zusammenarbeit des ZDF mit der WfB um den Bereich Elektro-Recycling erweitert: Ausgesonderte IT-Geräte werden von den Mitarbeitern der WfB abgeholt, in ihrer Werkstatt in Mainz fachgerecht und sortenrein zerlegt und an zertifizierte Recycling- und Entsorgungsunternehmen übergeben.



Rudi Cerne ist seit Januar 2014 das Gesicht der Aktion Mensch

## Fernsehen ohne Barrieren – ein Medium für alle

Um allen Menschen einen ungehinderten Zugang zu den Programmangeboten des ZDF zu ermöglichen, bietet der Sender eine Vielzahl von Serviceleistungen für Menschen mit Seh- und Hörbehinderungen: Auf der ZDFtext-Seite 777 finden Hörgeschädigte und Gehörlose zu zahlreichen Sendungen Teletext-Untertitel. Sie geben den gesprochenen Text wieder und liefern Erläuterungen zu den Szenegeräuschen. Diese Textinformationen können auf allen üblichen TV-Empfängern optional zum laufenden Bild und Ton eingeblendet und somit für Zuschauer mit und ohne Hörschädigung parallel genutzt werden.

Mit der 2013 erfolgten Umstellung von der Gerätegebühr auf den haushaltsbezogenen Rundfunkbeitrag wurden die barrierefreien Angebote deutlich erweitert. Der Anteil an Sendungen mit Untertiteln konnte von 37 Prozent (2011) auf mittlerweile 65 Prozent des ZDF-Programms ausgebaut werden, was über 340.000 Sendeminuten entspricht. Besonders berücksichtigt wurde dabei der Sendezeitraum zwischen 16.00 und 21.45 Uhr, in dem die Zuschauer verstärkt das Medium Fernsehen nutzen. Entsprechend sind in dieser Zeitspanne alle Sendungen, also zu 100 Prozent, mit Untertiteln versehen. Darüber hinaus werden die Sendungen **Morgenmagazin** (5.30 bis 9.00 Uhr) und **Mittagsmagazin** (12.00 bis 13.00 Uhr) in Kooperation mit der ARD live untertitelt.

Neben den Untertiteln für Menschen mit Hörbeeinträchtigungen bietet das ZDF auch Filme mit Audiodeskription für Zuschauer mit Sehbehinderungen. Der sogenannte Hörfilm setzt auf akustische Untertitel und beschreibt in knappen Worten die zentralen Elemente der Handlung sowie Gestik, Mimik und Dekor. Von vielen Filmen und Fernsehserien gibt es inzwischen Hörfilm-Fassungen. Insgesamt hat das ZDF im Jahr 2013 vier Prozent oder 21.600 Minuten des Gesamtprogramms mit Audiodeskription ausgestrahlt. Dem Interesse der Zuschauer folgend werden zum Beispiel die Vorabendserien, dienstags bis freitags um 19.25 Uhr, in einer Hörfilm-Fassung gesendet. Und auch der Fernsehfilm der Woche montags um 20.15 Uhr und der Samstagkrimi um 20.15 Uhr sind in dieser Variante nutzbar.

Die erste Live-Audiodeskription in Deutschland wurde mit **Wetten, dass..?** am 19. Januar 2013 realisiert. Seitdem gehört dieses Angebot für Sehbehinderte zu der von Markus Lanz präsentierten Show. Und es wird weiter ausgebaut: Der **ZDF-Fernsehgarten** ist mit einer Live-Audiodeskription und Live-Untertitelung in die Sommersaison 2014 gestartet.

Die Audiodeskriptions-Leistungen des ZDF sind auch schon ausgezeichnet worden: Das ZDF-Drama **Blutgeld** erhielt dafür im März 2014 den Deutschen Hörfilmpreis des Deutschen Blinden- und Sehbehindertenverbands.

Etwa ein Drittel der untertitelten Sendeminuten finden sich zur zeitsouveränen Nutzung in der ZDFmediathek wieder. Dort ist seit April 2012 zusätzlich das **heute-journal** als Version mit Gebärdendolmetscher-Einblendung abrufbar. Für Sehgeschädigte bietet das ZDF im Übrigen auch die Möglichkeit, auf den Internetseiten von zdf.de und heute.de die Schriftgröße in mehreren Stufen zu verändern. Bei der Gestaltung des Online-Angebots wurde zudem auf die Verwendung von Programmierstandards geachtet, die auch die Nutzung von spezieller Software für Menschen mit Sehbehinderungen begünstigen.

## Engagement macht stark – im Netzwerk besonders wirksam

Freiwilliges Engagement zeugt von Gemeinsinn und Gemeinwohlorientierung. Es trägt zu politischer und sozialer Integration bei und erweist sich als gesellschaftlich relevante Gestaltungskraft. Das Bundesnetzwerk bürgerschaftliches Engagement unterstützt deshalb selbstbestimmte Einsatzbereitschaft in allen Bereichen: Soziales, Gesundheit, Sport, Kultur, Bildung, Wissenschaft, Umwelt und viele mehr. Das ZDF wirkt in diesem Zusammenschluss von Akteuren aus Bürgergesellschaft, Staat und Wirtschaft seit 2002 aktiv mit.

Das übergeordnete Ziel des Netzwerks ist die nachhaltige Förderung von bürgerschaftlichem Engagement in allen Gesellschafts- und Politikbereichen. Den Mitgliedern geht es vor allem darum, effiziente rechtliche, institutionelle und organisatorische Rahmenbedingungen für vorwiegend ehrenamtliches Wirken zu schaffen. Die Ziele lauten dabei: Eigenverantwortung, Partizipation und Selbstgestaltung der Bürger stärken und die Entwicklung neuer Formen und Verfahren für gesellschaftliches Mitentscheiden und Mitgestalten ermöglichen.

Das ZDF ist neben seiner Mitgliedschaft im Bundesnetzwerk bürgerschaftliches Engagement vor allem Medienpartner der jährlichen Aktionswoche. Im September 2013 fand sie zum neunten Mal statt – unter dem Motto »Engagement macht stark«. In Mainz wurde sie durch die rheinland-pfälzische Ministerpräsidentin Malu Dreyer und Kardinal Karl Lehmann eröffnet. Auch die zehnte Woche des bürgerschaftlichen Engagements, deren zentrale Auftaktveranstaltung am 12. September 2014 in Berlin stattfindet, steht unter der Schirmherrschaft des Bundespräsidenten Joachim Gauck. Das ZDF ist erneut als Medienpartner dabei.

Im Rahmen der Aktionswoche vom 10. bis 21. September 2013 stellten Engagierte im ganzen Land innovative Projekte und ideenreiche Initiativen aus den Bereichen Bildung, Erziehung, Sport, Kultur, Umweltschutz, Völkerverständigung, Gesundheit und Migration vor. Akteure, Vereine und Einrichtungen in der gesamten Bundesrepublik zeigten in weit über tausend Veranstaltungen, was ehrenamtlicher Einsatz bewirkt. Und das ZDF und sein Digitalsender ZDFinfo haben dieses in der Aktionswoche sichtbar gewordene Engagement in Nachrichten- und Gesprächssendungen sowie in Reportagen aufgegriffen.

Als Engagements-Botschafter wurden 2013 ernannt: Bülent Erinkurt für das Türkische Forum, eine Mitarbeiterinitiative bei Bosch zur Förderung des Dialogs der Kulturen, Bernhard Matheis, Oberbürgermeister von Pirmasens, für den »Pakt von Pirmasens«, einem Netzwerk von Haupt- und Ehrenamtlichen zur Verbesserung der Bildungschancen von Kindern und Jugendlichen sowie Julian Barlen von den Initiativen »Storch Heinar« und »Endstation Rechts.«, die sich gegen rechtsextreme Strategien bei der Ansprache junger Menschen wenden.

[www.b-b-e.de](http://www.b-b-e.de)



Johannes B. Kerner führte durch die Spendengala »Ein Herz für Kinder«

### Damit aus Aufmerksamkeit Hilfe wird – Spendenaufrufe und Charity

Das ZDF unterstützt jedes Jahr eine Vielzahl von karitativen Organisationen durch Spendenaufrufe im Programm. Zudem strahlt es Sendungen aus, mit denen Hilfsorganisationen durch die Gewinnung von Spendenzusagen unterstützt werden.

2013 präsentierte das ZDF drei Showsendungen mit einem klaren Fokus auf Charity. So konnten **Willkommen bei Carmen Nebel** vom 28. September sowie **Die schönsten Weihnachts-Hits** vom 4. Dezember jeweils rund 2,6 Millionen Euro als Spenden für die Deutsche Krebshilfe und die kirchlichen Hilfswerke Brot für die Welt und Misereor sammeln. In der von Johannes B. Kerner moderierten und von Bild unterstützten TV-Gala **Ein Herz für Kinder** vom 7. Dezember stellten prominente Paten Beispiele aus Deutschland und aller

Welt vor, bei denen Kindern in Not geholfen wird. Die Zuschauer spendeten daraufhin mehr als 16 Millionen Euro für notleidende Kinder.

Darüber hinaus veröffentlicht das ZDF bei großen Katastrophen Spendenaufrufe in seinen aktuellen Sendungen. Bei der Veröffentlichung dieser Aufrufe arbeitet das ZDF mit dem Aktionsbündnis Katastrophenhilfe zusammen, das aus den Hilfsorganisationen Caritas International, Deutsches Rotes Kreuz, Diakonie Katastrophenhilfe und Unicef Deutschland besteht. Spendenaufrufe anderer Hilfsorganisationen werden auf der Internetseite [spenden.zdf.de](http://spenden.zdf.de) und im Videotext berücksichtigt. Die Zuschauer über Katastrophen zu informieren und ihnen zugleich Wege aufzuzeigen, um sinnvoll zu helfen, ist als Teil des Programmauftrages zu verstehen.

Wenn unser Programm hilft, Menschen zum Handeln anzuregen, dann ist das gut. Wenn es darüber hinaus dazu beiträgt, dass dieses Handeln in konkretes Helfen mündet, dann ist das besser. So können wir mit der in Deutschland größten Anzahl an Charity-Sendungen zahlreiche karitative Institutionen und Spendeninitiativen unterstützen.

Anlässlich der Flutkatastrophe, die im Juni 2013 besonders Bayern und Ostdeutschland heimsuchte, kamen fast zwei Millionen Euro über die Spendenhotline des Aktionsbündnisses Katastrophenhilfe zusammen. Das ZDF rief eine Woche lang in seinen aktuellen Sendungen zum Spenden für die Flutopfer auf. Ein Extra-Spendenaufwurf in der Sommerausgabe von **Wetten, dass...?** brachte zusätzlich 587.000 Euro.

Das ZDF engagierte sich auch für die Opfer des Taifun Haiyan auf den Philippinen. Spendenzusagen in Höhe von 17,9 Millionen Euro waren innerhalb einer Woche über die Spendenhotline und über direkte Zahlungen an die Organisationen des Aktionsbündnis Katastrophenhilfe eingegangen. Die Spendentafel wurde 56 Mal in den Nachrichten- und Magazinsendungen des ZDF eingesetzt. Die Ein-

blendung in den Hauptnachrichten hat für die Zuschauer Signalwirkung und trägt erheblich zur Erhöhung des Spendenaufkommens insgesamt bei.

Außerdem setzte das ZDF 2013 zwei Programmschwerpunkte, die mit Spendenaufrufen des Aktionsbündnisses Katastrophenhilfe unterstützt wurden: am 15. Mai 2013 zur Situation im bürgerkriegszerrütteten Syrien, über die in allen Nachrichten- und Magazinsendungen berichtet wurde, und am 18. Dezember 2013 in einem Thementag zur Flucht nach Europa.

## Freiwillig und ehrenamtlich – die KinderHilfe Philippinen

Seit 25 Jahren sammelt ein ehrenamtliches ZDF-Team Spenden für ein rund 100-köpfiges Kinderdorf in Padre Burgos auf der Insel Leyte, 100 Kilometer südöstlich der philippinischen Hauptstadt Manila. Das Geld fließt in Unterkunft, Verpflegung, medizinische Versorgung und Ausbildung. Vor allem Waisen, Behinderte und Kinder aus bedürftigen Familien, die ohne die KinderHilfe keine Überlebenschance hätten, leben in diesem Dorf. Im Jahr 2009 übernahm Markus Schächter, der damalige Intendant des ZDF, die Schirmherrschaft der KinderHilfe Philippinen, die 1985 von dem ZDF-Mitarbeiter Jürgen Schneidt ins Leben gerufen worden war. Dieser Privatinitiative haben sich seitdem viele Kolleginnen und Kollegen angeschlossen. Bis heute ist es das zentrale Leitprinzip, dass die Spendengelder zu 100 Prozent in der konkreten Hilfe ankommen.

Die Hilfen der vergangenen Jahre flossen in die Realisierung von Ernährungs- und Familienplanungsprogrammen, die Anschaffung medizinischer Ausrüstungen (zum Beispiel Blutanalysegeräte, Rollstühle, zahnärztliches Equipment), den Bau neuer Kindergärten und Klassenräume sowie die Renovierung von Gesundheitszentren. Die Baumaßnahmen und Ausstattungsoptimierungen schaffen Arbeit

und Einkommen in der Region. Die medizinische Außenhilfe, die bedürftige Kinder durch fachärztliche Behandlungen, Operationen und Krankentransporte unterstützt, rundet die Hilfe bei den Ärmsten der Armen Jahr für Jahr effektiv ab. Zum 25-jährigen Bestehen wurden 2011 umfangreiche Renovierungsarbeiten im Kinderdorf durchgeführt.

Das Kinderdorf entging Ende 2013 der Taifun-Katastrophe nur knapp. Doch die KinderHilfe Philippinen entschloss sich sofort, in der Schneise der Verwüstung, die der Taifun Haiyan hinterlassen hatte, aktiv zu helfen. Mit der Taifun-Direkthilfe konnte schnell eine Projektserie auf den Weg gebracht werden. Noch über die persönlich koordinierten und betreuten Sofortmaßnahmen hinaus wird so nachhaltige Hilfe beim Wiederaufbau der zerstörten Infrastruktur geleistet.

[www.kinderhilfe.zdf.de](http://www.kinderhilfe.zdf.de)



Mehr als eine Suppenküche: Das Kinderdorf in Padre Burgos



### Schnelle Hilfe in akuter Not – die Hans-Rosenthal-Stiftung

Die Hans-Rosenthal-Stiftung unterstützt schnell und unbürokratisch Menschen, die aufgrund ihres körperlichen, geistigen oder seelischen Zustandes auf die Hilfe anderer angewiesen oder unverschuldet in eine wirtschaftliche Notlage geraten sind. Sie setzt die ZDF-Aktion »Dalli-Dalli hilft« fort, die sich ebenfalls für unverschuldet in Not geratene Menschen engagierte. Diese Hilfsaktion rief der 1987 verstorbene Fernsehmoderator Hans Rosenthal in der Sendung **Dalli-Dalli** ins Leben, die von 1971 bis 1986 im ZDF-Programm zu sehen war.

Das Gründungsmitglied ZDF engagiert sich seit 1987 in der Hans-Rosenthal-Stiftung. Die Finanzierung des Vereins erfolgt durch Spenden und Nachlässe.

Jährlich wird ein Hans-Rosenthal-Ehrenpreis an Menschen oder Organisationen vergeben, die sich in besonderer Weise sozial engagiert haben. Im Jahr 2013 ging dieser zum elften Mal verliehene Preis an das Kinderhospiz Sternthaler e.V. in Dudenhofen.

[www.hans-rosenthal-stiftung.de](http://www.hans-rosenthal-stiftung.de)



Hans Rosenthal wusste immer: Schnelle Hilfe – das ist Spitze!



Verleihung des Deutschen Gründerpreises am 25. Juni 2013 im ZDF-Hauptstadtstudio

### Mehr unternehmerischer Mut – Der Deutsche Gründerpreis

2013 wurde der Deutsche Gründerpreis, die bedeutendste Auszeichnung für herausragende Unternehmer, zum zwölften Mal verliehen. Die vier Partner (neben dem ZDF die Sparkassen, die Zeitschrift stern und das Unternehmen Porsche) würdigen jährlich unternehmerische Vorbilder in unterschiedlichen Entwicklungsphasen – vom Schülerplanspiel bis zum Lebenswerk. Unterstützt wird diese Arbeit vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, begleitet von einem Kuratorium, in dem sich viele bekannte deutsche Unternehmer finden – von Annette Roeckl über Friedrich von Metzler, Maximilian Hugendubel bis zu Jürgen Heraeus und viele andere.

Im Jahr 2013 nahm Martin Herrenknecht den Deutschen Gründerpreis für sein Lebenswerk entgegen. Als junger Ingenieur, beim Bau des Schweizer Seelisbergtunnels in den siebziger Jahren, hatte er die Schwächen der damaligen

Maschinen erkannt. Er war voller Erfindergeist, gründete 1977 ein eigenes Unternehmen und fing bei null an. Heute ist die Herrenknecht AG Weltmarktführer im maschinellen Tunnelvortrieb. Tunneldurchmesser von 19 Meter Umfang sind für seine Maschinen kein Problem.

Als Martin Herrenknecht im Juni 2013 im Hauptstadtstudio des ZDF in Berlin der Preis überreicht wurde, begann zeitgleich wenige Meter entfernt eine »seiner« Tunnelbohrmaschinen mit dem Vortrieb des neuen U-Bahn-Tunnels Unter den Linden. Die Expertenjury würdigte ihn als »echte Unternehmerpersönlichkeit, die eine Pionierleistung erbracht hat«. Ein weiterer Grund für die Auszeichnung in der Kategorie Lebenswerk ist sein soziales Engagement, vor allem für technologieorientierte Gründungen.

[www.deutscher-gruenderpreis.de](http://www.deutscher-gruenderpreis.de)

Mit einer kleinen Idee Großartiges zu bewirken, das inspiriert jedes Jahr aufs Neue die Verleihung des Prix Courage.

### Starke Frauen mit Mut und Herzblut – die Trägerinnen des Prix Courage

Seit 2004 vergibt die ZDF-Redaktion »ML mona lisa – Frauen, Männer & mehr« gemeinsam mit der Kosmetikfirma Clarins diese Auszeichnung. Sie würdigt die Initiative und das persönliche Engagement außergewöhnlicher Frauen, die ihre Zeit Kindern und Jugendlichen widmen, die sozial benachteiligt, krank oder vernachlässigt sind. Ihnen schnell und unkompliziert zu helfen, sie aus ihrer hoffnungslosen Lage zu befreien, ihnen Mut zu machen und Perspektiven für eine bessere Zukunft zu schaffen, ist das zu preisende Ziel der jeweiligen Engagements.

2013 erhielt Silke Mader die Auszeichnung für ihren Einsatz für Frühchen und deren Eltern. Sie ist eine engagierte Kämpferin für die medizinische Versorgung von Frühgeborenen und Vorsitzende der europaweit vernetzten Stiftung »European Foundation for the Care of Newborn Infants«. Silke Mader ist nicht an ihrem persönlichen Schicksal verzweifelt – sie wurde vor 16 Jahren selbst Mutter eines Frühchen –, sondern nutzte ihre eigenen Erfahrungen, damit es andere Eltern heute nicht mehr so schwer haben mit den Kleinen, die zu früh auf die Welt kommen. Jedes

zehnte Kind in Deutschland ist ein Frühchen, was meint: es wird vor der 37. Schwangerschaftswoche geboren. Rund 66.000 pro Jahr sind es hierzulande, rund 500.000 in Europa, über 15 Millionen weltweit – und diese Zahlen steigen.

Im Austausch mit Ärzten und Wissenschaft, Pflege und Politik hat Silke Mader gemeinsam mit ihrem Team Standards erarbeitet, die mittlerweile in vielen Kliniken europaweit umgesetzt werden. Standards wie: Jederzeit Zugang der Eltern und Geschwisterkinder zu den Frühchen, optimale medizinische Versorgung, geschultes Klinikpersonal, psychologische Betreuung der Familien durch Fachleute und Ehrenamtliche, die selbst Eltern von Frühchen sind, eine beruhigende Atmosphäre auf den Stationen mit gedämpftem Licht und vieles mehr. Es sind Maßnahmen, die für das Kind und die Eltern lebenswichtig sind und die laut jüngsten wissenschaftlichen Erkenntnissen der Kinder-Medizin den Wachstums- und Gesundungsprozess von Frühchen eindeutig verbessern.



### Strahlkraft für den Breitensport – die Sterne des Sports

Die »Sterne des Sports« leuchten über dem Vereins- und Breitensport. Vergeben werden sie für das soziale Engagement von Sportvereinen. Und da die ZDF-Hauptredaktion Sport nicht nur den Leistungssport in Deutschland abbildet, sondern auch der gesellschaftlichen Rolle des Sports verpflichtet ist, berichtet sie begleitend über dieses Anstrahlen des Vereinssports. Dieser fördert nicht nur die breiten-sportlichen Aktivitäten, sondern hilft auch bei der Integration von gesellschaftlichen Randgruppen. Auch der Behindertensport und die gesundheitliche Prophylaxe durch sportliche Betätigung belegen: die Rolle des Vereinssports wird gesellschaftlich immer relevanter.

Das spiegelt auch die Entwicklung im Sportprogramm des ZDF wider: 2004 betrug die jährliche Gesamtsendezeit, in der aktuell von Breitensportaktionen mit integrativem Hintergrund berichtet wurde, nur 21 Minuten. 2013 strahlen die »Sterne des Sports« weitaus intensiver. Allein in den Nachrichtensendungen summieren sich die Ein-bis-Zwei-Minuten-Beiträge auf insgesamt sechs Programmstunden.

Diese Tendenz soll weiter gefördert werden – und die »Sterne des Sports« sind dafür ein wichtiger Gradmesser. Sie zeigen, wie gesellschaftliche Bereiche mit Hilfe des Sports zusammenwachsen und dieser Prozess sportlich attraktiv gestaltet wird. Die »Sterne des Sports« tragen die soziale Verantwortung in die Gesellschaft und realisieren diese Verantwortung durch Sport. So wird Nachhaltigkeit zum Programm und durch das ZDF gerne transportiert.

[www.sterne-des-sports.de](http://www.sterne-des-sports.de)





### Inklusion und Sport. Erfolgsprogramm Paralympics 2014.

Das ZDF übertrug die Eröffnungsfeier der Paralympics 2014 live und berichtete im März insgesamt fast acht Stunden von den Winterspielen für Sportler mit Behinderung – im Wechsel mit der ARD. Wie zuvor die Olympischen Winterspiele wurden auch die paralympischen Wettbewerbe im russischen Sotschi ausgetragen. Das ZDF berichtete nicht nur im Fernsehen, sondern vermittelte auch online auf ZDFsport.de sowie in den Social-Media-Plattformen ein umfangreiches Bild von den Paralympics. In der ZDFmediathek konnten die Winterspiele auf bis zu drei parallelen Live-streams verfolgt werden.

Die sportlichen Leistungen der Athleten standen im Vordergrund und wurden durch erklärende Beiträge ergänzt, um die spezifischen Wettkampfvoraussetzungen für das Publikum verständlicher zu machen – verbunden mit den individuellen Bedingungen der behinderten Sportler. Das ZDF begleitete die ersten fünf, die ARD die zweiten fünf Wettkampftage.

Und das Interesse der Zuschauer war groß: Die Paralympischen Winterspiele 2014 im ZDF erwiesen sich als die erfolgreichsten seit 2002. Die live übertragene Eröffnungsfeier sahen ab 17 Uhr 2,05 Millionen Zuschauer, was einen Marktanteil von 11,4 Prozent erbrachte. Im Schnitt verfolgten 1,17 Millionen Zuschauer die Berichterstattung von den Paralympics im ZDF. Das entspricht einem Marktanteil von 10,3 Prozent.

Die sportlichen Wettkämpfe in Sotschi liefen im März parallel zu einer politisch aufgeladenen Konfliktsituation ab. Schon vor Beginn der Olympischen Spiele im Februar wurde die Rolle des Gastgeberslandes Russland öffentlich kritisch reflektiert. Und während der Paralympics spitzte sich die Krise in der Ukraine immer weiter zu. Deshalb lag eine besondere Herausforderung für die Berichterstattung von den Paralympics darin, einerseits den sportlichen Geist und das positive olympische Gefühl spürbar werden zu lassen und andererseits die politischen Entwicklungen nicht auszublenzen. Darüber hinaus boten die Paralympics auch die vielfach genutzte Gelegenheit, die häufig schwierige Situation von Behinderten in Russland zu beleuchten.

## Wenn man die Wahl hat: Meinungsbildung möglich machen!

Zudem fanden Landtagswahlen in Niedersachsen, Bayern und Hessen statt. Die Bürger bestmöglich zu informieren – dieser Aufgabe widmete sich das ZDF dabei umfassend: Zu den Landtagswahlen berichteten die Nachrichtensendungen und Magazine des ZDF ausführlich über die Wahlkämpfe und die Kandidaten der in den Landtagen vertretenen Parteien.

Bei den Wahlsendungen am 22. September 2013 gingen dann Online- und TV-Berichterstattung Hand in Hand. So wurden Zuschauerreaktionen und -fragen über soziale Netzwerke wie Twitter oder Facebook direkt in die TV-Berichterstattung im Wahlstudio eingebunden. Der Hashtag #ZDFwahl schaffte es bei den deutschen Twitter-Trends für mehrere Stunden auf Platz 1.

verschiedene Menschen in Deutschland aufsuchte und deren wahlrelevanten Probleme beleuchtete, mit einer anschließenden Diskussion, bei der die Protagonisten live im Studio saßen. Im zweiten Teil am 4. September 2013 waren ebenfalls Bürger im Studio anwesend, die die Moderatorin zuvor getroffen hatte.

Etwa eine Woche vor Ausstrahlung der jeweiligen Debatte wurde die Diskussion in den sozialen Netzwerken eröffnet und dort zur Abstimmung aufgerufen. Die beiden von Theo Koll moderierten Wahlsendungen setzen sich mit der Generationengerechtigkeit und mit Deutschlands Rolle im Syrien-Konflikt auseinander.



Sie haben die Wahl, wir das Programm.

In den Beiträgen über die Wahlkampf-Abschlussveranstaltungen kamen in der **heute**-Sendung um 19 Uhr alle Spitzenkandidaten zu Wort. Die Urnengänge selbst waren an den jeweiligen Wahlsonntagen das dominierende Thema in **heute** und **heute-journal** sowie in den entsprechenden Wahl-Sondersendungen, die bei den Zuschauern auf großes Interesse stießen.

Zur ZDF-Berichterstattung anlässlich der Bundestagswahl 2013 gehörten im Vorfeld Klassiker wie die **Kandidatenporträts**, das **TV-Duell** oder die **Berliner Runde**. Die fünf Ausgaben von **illner intensiv** vertieften die inhaltlichen Auseinandersetzungen. Jede Sendung nahm zentrale Wahlkampfthemen in den Blick: von der Eurokrise über die Zuwanderung und die NSA-Affäre, die Energiewende, die Generationengerechtigkeit bis hin zum Themenkomplex Soziale Gerechtigkeit.

Maybrit Illner vertrat das ZDF im TV-Duell am 1. September 2013. Live aus dem Adlershof bot das Zweite dazu eine Sonderausgabe von **Berlin direkt**, in der die Erwartungen an das TV-Duell und die Vorbereitung der Kandidaten thematisiert wurden. Das TV-Duell selbst war in einer Spezial-Ausgabe des **heute-journals** eingebettet.

Die Frage, wie sich das Interesse junger Zuschauer an politischer Berichterstattung wecken lässt, stellt sich im Wahlkampf in besonderer Weise. Eine Antwort des ZDF darauf war die Entwicklung des Formats **Wie geht's, Deutschland?**, der Kombination einer Reportage-Reise mit anschließender Live-Diskussion. Der erste Teil am 3. September 2013 verband eine Dokumentation, in der heute-journal-Moderatorin Marietta Slomka

Ihnen gegenüber hatten auf Augenhöhe prominente Vertreter aller im Bundestag vertretenen Parteien Platz genommen. In Talkrunden zu den Themen Familie, Arbeit, Rente, Steuern, Energie und Zuwanderung wurden die gegensätzlichen Positionen abgeklopft und an der Wirklichkeit gemessen. Die beiden Sendungen erreichten durchschnittlich 10,7 Prozent Marktanteil. Die lebhafteste Debatte in den Social Media (4.000 Tweets, 1.200 Nutzer im Chat) und der Marktanteil bei Jüngeren von durchschnittlich 7,2 Prozent belegen, dass dieses politische Angebot auch ein jüngeres Publikum erreicht hat.

Als eine weitere Neuentwicklung in der Wahlberichterstattung 2013 fungierte **Die Debatte**: Die Gesprächsgäste erhielten die Gelegenheit, ihre Argumente zu Beginn der Sendung zusammenhängend in je vier Minuten Redezeit darzustellen.

Mehr denn je setzte das ZDF in dem Wahljahr 2013 darauf, Online und Fernsehen als Einheit zu betrachten. Der **#ZDFcheck** entsprang daraus als eines der crossmedial angelegten Angebote zu den Wahlen. Seit Mai 2013 untersuchte im ZDF-Hauptstadtstudio ein Team aus TV- und Online-Redakteuren, Grafikern und Archivaren den Wahrheitsgehalt politischer Aussagen im Wahlkampf. Die Nutzer beteiligten sich mit 503 Hinweisen rege und fundiert an den Recherchen. Der **#ZDFcheck** wurde auf dem Portal heute.de auffällig platziert, das mit durchschnittlich elf Millionen Besuchen (Visits) von Januar bis September 2013 unter den Top 15 der Nachrichtenportale rangierte. Im Wettbewerb um den Medienpreis Politik 2013 des Deutschen Bundestages schaffte es das Crossmedia-Projekt **#ZDFcheck** bis unter die letzten Drei. Zur Europawahl 2014 wurde das Projekt als **#ZDFcheck Europa** neu aufgelegt.

## »Und alle haben geschwiegen« Programm und gesellschaftliche Debatte

Durch Programmschwerpunkte zu gesellschaftlich relevanten Themen leistet das ZDF einen inhaltlichen Beitrag zu öffentlichen Diskussionen, die dadurch bereichert oder überhaupt erst angestoßen werden.

Ein prägnantes Beispiel für diese Form der Programmarbeit bildete im März 2013 der Schwerpunkt **Und alle haben geschwiegen** – mit einem Fernsehfilm und anschließender Dokumentation. Die im Film erzählte fiktive Geschichte ist inspiriert von Peter Wensierskies Sachbuch **Schläge im Namen des Herrn**. Dieses beschreibt, wie in der Bundesrepublik der 1950er und 1960er Jahre etwa 800.000 Kinder in kirchlichen und staatlichen Heimen von schlecht ausgebildeten, unbarmherzigen, mitunter sadistischen Erziehern gedemütigt, geschlagen, ausgebeutet und eingesperrt wurden. Die Dokumentation greift

die Geschichten aus dem Fernsehfilm auf und lässt die realen Heimkinder von damals erzählen, wie sie ihre gestohlene Kindheit erlebt haben. Für die Dokumentation kehrten einige an die Orte ihrer Kindheit hinter Gittern zurück.

Es waren meist nichtige Gründe – im Film die Erkrankung der alleinerziehenden Mutter –, die zur Einweisung von Mädchen und Jungen in die Erziehungsanstalten führten. Gründe, die ein gesellschaftliches Kartell bestimmte, zu dem Jugendbehörden, Gerichte, Lehrer, Nachbarn, Eltern und Kirchen gehörten. Wer einmal ins Heim eingewiesen wurde, blieb dort oft lange Zeit – gut die Hälfte der Kinder zwei bis vier Jahre. Andere verbrachten ihre ganze Kindheit und Jugend in den oft hermetisch abgeschlossenen Häusern. 3.000 solcher Einrichtungen gab es insgesamt in Westdeutschland, die Vorkommnisse in diesen Kinderheimen wurden jahrzehntelang verschwiegen. Viele der ehemaligen Heimzöglinge leiden bis heute unter den traumatischen Erlebnissen. Die verantwortlichen Vertreter der Kirchen und staatlichen Institutionen leugneten offiziell und über viele Jahre die unter ihrer Aufsicht vollzogenen Taten unter dem Deckmantel autoritärer Pädagogik.



»Und alle haben geschwiegen«: Senta Berger und Matthias Habich bei der Vergangenheitsbewältigung



Luisa (Alicia von Rittberg) wird von den Behörden in die Obhut eines Kinderheims geschickt. Dort wird sie seelisch und körperlich misshandelt.



### »Integration und Inklusion« als KiKA-Programmschwerpunkt

Kinder wollen die Welt entdecken und Zusammenhänge besser verstehen. Das gilt auch für gesellschaftlich relevante Fragestellungen. Diese müssen deshalb so zielgruppengerecht aufbereitet werden, dass sie an die Alltagserfahrung von Kindern anknüpfen können. ZDF, ARD und KiKA schaffen auf diesem Weg ein umfangreiches Angebot, das über verschiedene Lebenswelten informiert und einen natürlichen Umgang mit Andersartigkeit aufzeigt. Besondere Akzente werden dabei auch im Rahmen eines Jahresthemas gesetzt.

2013 hat sich der Kinderkanal von ARD und ZDF in seinem Programm mit Integration und Inklusion beschäftigt. Über das gesamte Jahr wurde das Thema in einer Vielzahl von Sendungen in den Fokus gerückt. Ein erster Höhepunkt innerhalb des Jahresschwerpunkts bildete im April 2013 das KiKA-Themenwochenende »Projekt: Zusammen leben«. Insgesamt 1,72 Millionen Kinder folgten der Einladung des Senders, sich mit anderen Menschen, anderen Kulturen und anderen Lebenswelten auseinanderzusetzen. KiKA präsentierte an jenem Wochenende insgesamt 51 Sendungen und damit 1.118 Minuten Sendezeit. Premierensendungen wie **Krimi.de/Frankfurt/Ehrensache** (HR), **Projekt: Zusammen leben – Arman will hier bleiben** (MDR/KiKA) oder auch thematisch passende Filme aus der Doku-Reihe **stark!** (ZDF) und dem Entdeckermagazin **pur+** (ZDF) sowie die Berichte und Erklärstücke der Kindernachrichtensendung **logo!** (ZDF) unterstrichen, dass Gemeinschaft nur durch das gute Zusammenspiel von Individuen entsteht.

In der Folgewoche zeigte der KiKA den mit dem Bundesfilmpreis ausgezeichneten Kinderfilm **Die Blindgänger** (ZDF). Zudem nahm KiKA-Moderator Ben die Zuschauer mit auf eine **Schnitzeljagd durch die Türkei** (KiKA).

Für das zweite Themenwochenende »Projekt: Zusammen leben« im Oktober 2013 sowie für die folgenden Wochen wurden aus der vielfach preisgekrönten Doku-Reihe **stark!** (ZDF) zehn weitere Filme zum Thema Integration und Inklusion zusammengestellt, unter anderem die Premiere **Der Sommerclub – Für immer Freundinnen**. Die 15-minütige Dokumentation wurde 2014 mit dem Grimme-Sonderpreis Kultur des Landes NRW ausgezeichnet. Im Mittelpunkt stehen April und ihre Mädchenclique aus Berlin: April hat das Charge-Syndrom – ihr geistiger und körperlicher Entwicklungsstand liegt weit hinter dem der anderen fünf Mädchen zurück – und dennoch sind sie Freundinnen.

Unmittelbar im Anschluss an dieses Themenwochenende folgte die Doku-Musical-Reihe **Wir rocken Barcelona! – Der Goldene Tabaluga 2013** (ZDF). Sechs Jugendliche nahmen innerhalb von zwei Wochen in Barcelona die KiKA Hymne 2013 zum Thema Integration und Inklusion auf und setzten sie in ein professionelles Musikvideo um. Jeder der Sechs brachte für dieses Projekt neben seinen Talenten auch seine Andersartigkeit ein, sei es ein anderer kultureller Hintergrund oder ein Handicap. Hemmungen im Umgang mit den individuellen Besonderheiten spielten nach kürzester Zeit keine Rolle mehr. Die innovative Verknüpfung von Musik, Tanz und Andersartigkeit hat das Verständnis für ein Leben außerhalb der Norm gefördert.

Der Jahresschwerpunkt Integration und Inklusion spiegelte sich auf vielfältige Weise auch online wieder. Auf ZDFtivi.de wurden die acht Folgen **Wir rocken Barcelona! – Der Goldene Tabaluga 2013** intensiv kommentiert und besprochen. In der KiKA-Online-Community **mein!kika.de** ([www.mein-kika.de](http://www.mein-kika.de)) diskutierten zeitweise rund 500 Kinder das Thema Integration und Inklusion.

[www.kika.de](http://www.kika.de)



# Bildung und Wissenschaft

Gerade für Kinder lohnt sich Qualität besonders. Zu lernen und zu wissen, wie man in der digitalen Welt mit Medien umgeht, ist eine wertvolle Schlüsselkompetenz. Hier bringen wir uns professionell ein.



»Dein Song«: DJ Bobo und Pier Luca, der Songwriter des Jahres 2014, in musikalischer Aktion

### Crossmedial und attraktiv – Programm-Angebote für Kinder in der digitalen Welt

Sind Programme kindgerecht aufbereitet, interessieren sich die jungen Zuschauer nicht nur für unterhaltende Formate, sondern ganz selbstverständlich auch für Informations- und Wissenssendungen. Das veranschaulichen ZDF-Marken wie die Kindernachrichtensendung **logo!**, die Wissensformate **pur+** und **Löwenzahn** (auch **Löwenzähnchen**, das Spin-off für die Jüngsten) sowie das Geschichtsmagazin **Terra MaX**.

In einer sich medial immer schneller drehenden Welt helfen ZDF-Kinderprogramme in den Genres Information, Wissen und Unterhaltung ihrem jungen Publikum, sich zu orientieren und altersgemäße Erkenntnisse zu gewinnen.

Um das Interesse von Kindern immer wieder aufs Neue zu wecken, müssen die Programm-macher ihre Zielgruppe gut im Blick haben. Denn die mediale Sozialisation der jungen Zuschauer und ihre Sehgewohnheiten ändern sich: Das betrifft die Ansprüche an Erzähltempo und Schnittfrequenz, aber auch an Zusatzangebote im Netz wie zum Beispiel vertiefende Informationen oder Möglichkeiten zum Austausch untereinander sowie mit den Experten.

Gelingt es Kinderprogramm-Klassikern wie **Pippi Langstrumpf** oder **Michel aus Lönnberga** über die Jahre unverändert Kinder wie Erwachsene gleichermaßen zu faszinieren, finden die Weiterentwicklungen langlaufender Formate seit mehreren Jahrzehnten immer wieder ein neues Publikum. Dazu zählen **Siebenstein**, **Löwenzahn**, **pur+**, **1, 2 oder 3** sowie Neufassungen der Serien **Die Biene Maja** und **Wickie und die starken Männer**. Der unverwechselbare Kern der jeweiligen Sendung bleibt bestehen und begeistert in der zeitgemäßen Fassung immer neue Generationen.

Zusammen mit innovativen Programmen wie dem Dokutainment-Format **Die Jungs-** respektive **Die Mädchen-WG**, dem jungen Comedy-Format **Occupy School** oder dem Eventprogramm **Dein Song** ergibt sich ein attraktives Angebot, das den Wünschen der jungen Zuschauer entspricht: Vertrautes und Neues.

Das ZDF-Kinderprogramm bietet in seinen vielfältigen und altersgerechten Programmangeboten in allen Genres für die 3- bis 13-Jährigen Identifikationsmöglichkeiten, Orientierungshilfen und Sachinformationen. Die Programme sind für das junge Publikum sowohl Fenster zu fremden Welten als auch Spiegel ihrer Lebenswirklichkeit, ihrer Ängste und Träume. Zudem kann der Wissensdurst des Nachwuchses mit frischen Bildern, Geschichten und Informationen befriedigt werden.

Formate wie die ZDF-Kindernachrichtensendung **logo!**, wie **pur+** – Das Entdeckermagazin oder wie die für den KiKA produzierte Dokumentationsreihe **stark!** bringen in ihren Reportagen und Beiträgen den jungen Zuschauern vielfältige Themen nahe und klären über die verschiedenen Sachverhalte auf.

Für Kinder ist Fernsehen das Leitmedium Nummer 1. Doch für die Heranwachsenden nimmt die Bedeutung des Internets rasant zu. Die Umsetzung des öffentlich-rechtlichen Programmauftrags verlängert sich somit ins Netz: ZDFtivi.de stellt innerhalb des ZDF ein eigenständiges Portal dar, in dem Kinder vom Vorschul- bis zum Pre-Teenager-Alter ihre Lieblingssendungen finden, in der Social Community »tivi Treff« Gemeinschaft erleben und spielerisch Wissen sowie medienpädagogische Kompetenzen erwerben können. So finden die Zuschauer im Netz nicht nur Video-on-Demand-Angebote zur zeitsouveränen Nutzung, sondern eine Vielzahl an Zusatzinformationen zu ihren Lieblingsprogrammen sowie ein medienadäquates Angebot an Spiel-, Lern- und Kommunikationsmöglichkeiten.

Medienkompetenz ist in der digitalen Welt eine gesellschaftliche Schlüsselkompetenz. Jedes Kind muss die Chance haben, sie zu erwerben. Das ZDF-Kinderprogramm bietet den Kindern deshalb auf dem Schirm wie im Netz Qualität und Sicherheit.

In dem öffentlich-rechtlichen Internetangebot ZDFtivi.de können Heranwachsende die Kompetenzen für die digitale Welt in einem sicheren Kommunikationsraum erproben, erforschen und erlernen – auch dann, wenn die Eltern als Unterstützer zur Nutzung der digitalen Plattformen nicht mehr nötig oder von den jungen Usern nicht mehr gewünscht sind.

Das breitgefächerte und zielgruppenadäquate Angebot im TV und im Netz trägt dazu bei, die Medienkompetenz der Kinder zu stärken und sie fit für die Mediengesellschaft – und damit für die Zukunft – zu machen.

[www tivi.de](http://www tivi.de)

## Jugendmedienschutz in der digitalen Generation

Kinder- und Jugendschutz geht alle an. Beim ZDF hat der davon abgeleitete Jugendmedienschutz eine lange und gute Tradition. In der täglichen Programmarbeit manifestiert sich diese in der vertrauensvollen Zusammenarbeit zwischen den programm bildenden Redaktionen und der Jugendschutzbeauftragten des ZDF. Sie berät die Redaktionen – von der Drehbuchprüfung über die Abnahme des Rohschnitts bis hin zu den Bearbeitungen der sendefertigen Fassung.

Ein zeitgemäßer und moderner Jugendmedienschutz beschränkt sich nicht mehr allein auf das Fernsehen, sondern berücksichtigt längst auch die Verzahnung mit der Netz-Welt.

Für junge Menschen sind Facebook, WhatsApp, Twitter & Co. selbstverständliche Bestandteile der Alltagskommunikation. An dieser Stelle kommt das zweite Standbein des Jugendmedienschutzes ins Spiel – die Prävention: Dank einer stringenten und nachhaltigen Vermittlung von Medienkompetenz gilt es die Minderjährigen zum Selbstschutz im Hinblick auf ihre Mediennutzung zu befähigen. Das ZDF leistet seit jeher einen erheblichen Beitrag – nicht zuletzt mit seinem qualitativ hochstehenden Kinderprogramm und altersgerechten, vielfach zielgerichtet auf Medienkompetenzförderung angelegten Online-Angeboten auf tivi.de.

In diesem Zusammenhang unterstützt das ZDF auch das Vorhaben des Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, mehr Übersicht über die Förderung von Medienkompetenz zu gewinnen, und hat seine diversen Projekte und Maßnahmen zur Vermittlung von Medienkompetenz in die 2013 neu eingerichtete, deutschlandweite Datenbank des Familienministeriums einpflegen lassen.

Ende 2012 hat das ZDF den »Band Jugendmedienschutz in der digitalen Generation« herausgegeben. Darin werden aus unterschiedlichen Blickwinkeln die Anforderungen eines zukunftsfähigen Jugendmedienschutzes erörtert. Mit diesem Buch, das zugleich die modernen Erkenntnisse der Medienwirkungsforschung sowie der Medienpädagogik und Medienethik berücksichtigt, gab das ZDF wichtige Impulse für eine jugendschutzrechtliche Evaluierung.

Weitere Impulse setzt das ZDF mit den Jugendmedienschutz-Tagungen, die der Sender seit einem Jahrzehnt gemeinsam mit der ARD, der Deutschen Bischofskonferenz sowie der Evangelischen Kirche in Deutschland regelmäßig veranstaltet. Politik, Wissenschaft und die Praxis bekommen dabei gleichermaßen Anregungen zur Fortentwicklung eines zeitgemäßen Jugendmedienschutzes. Eine weitere Jugendmedienschutz-Tagung ist auch zum Jubiläum geplant: 2014 gibt es die Institution der Jugendschutzbeauftragten von ARD und ZDF seit 20 Jahren – eine lange und gute Tradition, die verpflichtet.

[www.jugendschutz.zdf.de](http://www.jugendschutz.zdf.de)



**Kinder und Jugendliche wachsen heute in einer digitalen Medien- und Kommunikationswelt auf. Selbstverständlich und souverän nutzen sie die Technologien. Selbstverantwortlich und mündig geht das nur mit entsprechender Kompetenz.**

## Schau hin! – Kompass für Eltern, Kompetenz für Kinder

Der Medienratgeber »Schau hin! Was Dein Kind mit Medien macht« unterstützt Eltern und Erziehende dabei, ihre Kinder im Umgang mit Medien zu stärken. Das ZDF ist einer von fünf Partnern dieser Initiative, die 2013 ihr zehnjähriges Bestehen feierte.

Aus diesem Anlass fand im November 2013 ein prominent besetztes Forum mit Wissenschaftlern und Medienschaffenden statt. Es diente der Debatte darüber, dass Medien für Kinder und Jugendliche einen immer wichtigeren Teil ihrer Lebenswelt darstellen und entsprechend die Verantwortung von Medienschaffenden, Eltern und Pädagogen in diesem Bereich wächst. Welches Menschen- und Rollenbild wird Heranwachsenden in Scripted-Reality-Formaten oder Casting-Shows vermittelt und wie nehmen Kinder die drastische Ästhetik von Werbeclips, Musikvideos oder Computerspielen auf? Welchen Einfluss haben diese Bilder auf ihre Wertebildung? Diesen Fragen stellten sich in zwei Diskussionsrunden namhafte Wissenschaftler und Pädagogen sowie prominente Eltern, unter ihnen Gundula Gause, Co-Moderatorin des **heute-journals**, und ZDF-Moderator Johannes B. Kerner.

Dabei wurde deutlich, was insgesamt das Schau hin!-Engagement prägt: Eltern sollten ihre Kinder beim Umgang mit Medien begleiten und nicht alleine lassen. Das Medienverhalten von Eltern hat dabei eine Vorbildfunktion. Die Unterstützung der Erziehungsberechtigten bei der Einordnung von Inhalten und Bildern ist für die Mediennutzung elementar.

Gundula Gause setzt sich seit mehreren Jahren als Schau hin!-Botschafterin für einen kindgerechten Umgang mit Nachrichten ein. Gerade Kinder können von den schockierenden Meldungen über Katastrophen, Kriege oder Terroranschläge überfordert werden und reagieren dann verängstigt oder gar verstört. Deshalb empfiehlt Gundula Gause, dass Eltern mit ihren Kindern zusammen **logo!**, die Kinder-nachrichten des ZDF, schauen und anschließend darüber reden.

Auf [www.schau-hin.info](http://www.schau-hin.info) finden sich dazu ebenso weiterführende Hinweise wie insgesamt umfangreiche Informationsmaterialien und Tipps von Schau hin!-Coach Kristin Langer zum Umgang mit TV, Smartphone, Internet und Computer. Einige der Materialien werden auch auf Türkisch angeboten. Dieses Informations- und Bildungsangebot des Medienratgebers zur Stärkung der Medienkompetenz wird mit Unterstützung eines wissenschaftlichen Beirats erarbeitet.

ARD und ZDF produzieren jedes Jahr gemeinsam einen TV-Spot, der zum Beispiel übermäßigen Medien-Konsum, falsche Rollenbilder oder die Gefährdung persönlicher Daten im Netz thematisiert. Der Spot ist jederzeit auf [zdf.de](http://zdf.de) in der Schau hin!-Mediathek abrufbar – ebenso wie zahlreiche ZDF-Berichte zum Medienverhalten von Kindern und Jugendlichen.

[www.schau-hin.info](http://www.schau-hin.info)



Gundula Gause engagiert sich als Botschafterin von Schau hin! für die altersgemäße Mediennutzung

## Kindersoftwarepreis TOMMI

Seit 2003 ist das Kinder- und Jugendprogramm des ZDF offizieller Medienpartner des deutschen Kindersoftwarepreises TOMMI. Der Preis zeichnet neue deutschsprachige Computer- und Konsolenspiele und seit 2013 auch Spiele-Apps aus. Der TOMMI bietet Eltern und Kindern einen Leitfaden durch den Dschungel umfangreicher Spielesoftware für Kinder.

Kinder als Spieltester bedeutet, sie als Mediennutzer ernst zu nehmen und ihnen Gehör zu verschaffen. Beim TOMMI testet und bewertet eine Kinderjury die zehn besten deutschsprachigen Neuerscheinungen bei Computer-, Konsolenspielen und Spiele-Apps. 2013 wurde ein neuer Beteiligungsrekord aufgestellt: Rund 4.500 Kinder in 20 Bibliotheken testeten Spiele, die von einer Fachjury aus Pädagogen und Fachjournalisten ausgewählt wurden. In den zwei Jahren zuvor nahmen bei fast gleicher Anzahl der Bibliotheken jeweils 3.500 Mädchen und Jungen teil.

Der Kinderjury wird das nötige Grundwissen zur Beurteilung von Computer- und Konsolenspielen vermittelt. Dabei werden die Kriterien zur Bewertung auch Eltern und Kindern zu Hause transparent gemacht. Der TOMMI vermittelt Medienkompetenz in einem Bereich, der für Kinder immer wichtiger und für Eltern immer undurchschaubarer wird.

Spielerische Vermittlung von Medienkompetenz – das ist das erklärte Ziel des Kinder-Onlineportals ZDFtivi.de. Dort lernen Kinder verantwortungsbewusst, sicher und kompetent



mit den Medien Fernsehen und Internet umzugehen. Sei es durch interaktive Lernanwendungen, den Einsatz von Bewegtbild oder dem Bereitstellen einer sicheren Social-Media-Community. Mit seinen Inhalten trägt ZDFtivi.de zur Meinungsbildung bei und regt Kinder an, ihre Meinung mit anderen auszutauschen. Mit der Medienpartnerschaft zum Kindersoftwarepreis TOMMI unterstützt das ZDF konsequent den spielerischen Ansatz zur Vermittlung von Medienkompetenz.

Das ZDF hat sich über die Jahre auch konzeptionell an der Weiterentwicklung des Kindersoftwarepreises beteiligt – mit dem Ziel, möglichst viele Kinder zu erreichen und Eltern darin zu unterstützen, ihre Kinder im Medienzeitalter zu fördern und zu begleiten. Der TOMMI wird von dem Family Media Verlag gemeinsam mit dem Büro für Kindermedien Feibel.de vergeben und seit 2002 jährlich auf der Frankfurter Buchmesse verliehen. Weitere Partner sind neben der Stiftung Lesen, die den TOMMI-Sonderpreis Kindergarten & Vorschule vergibt, der Deutsche Bibliotheks-Verband und die Frankfurter Buchmesse.

[www.kindersoftwarepreis.de](http://www.kindersoftwarepreis.de)

## Kinder gestalten Zukunft – Der KiKA-Kinder-Nachhaltigkeitstag

Am 22. November 2013 fand in Düsseldorf der dritte KiKA-Kinder-Nachhaltigkeitstag statt. Das Motto lautete: Kinder gestalten Zukunft. Die Teilnehmer dieses Kinder-Kongresses diskutierten mit Prominenten aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft. Dabei ging es um die Probleme von heute und mögliche Lösungen für die Zukunft. Etwa 50 Kinder und Jugendliche haben sich zusammen mit Experten neue Wege ausgedacht.

In vier Workshops »Schokolade«, »Papier«, »Datenschutz« und »Inklusion« setzten sich die engagierten Teilnehmer im Alter von acht bis 15 Jahren mit den wichtigsten Fragen rund um Fair Trade, Recycling, Sicherheit im Netz und Barrierefreiheit auseinander. Flankierende Unterstützung zum jeweiligen Thema erhielten die Kinder von teilnehmenden Experten,

Prominenten und bekannten Moderatoren, unter anderem von Linda Joe Fuhrich und Tim Schreder von den ZDF-Kindernachrichten **logo!**, Guido Hammesfahr von **Löwenzahn** und Eric Mayer von **pur+**, ferner von Daniel Budiman, dem Spielmaster aus dem ZDF-Format **Web vs. Promi**.

Der Kinder-Nachhaltigkeitstag ist eine einzigartige Plattform, auf der Kinder ihre Vorstellungen und Wünsche zum Thema Nachhaltigkeit erarbeiten und formulieren können.

Auf dem Bildschirm und im Netz wird der KiKA-Kinder-Nachhaltigkeitstag unter anderem von der ZDF-Kindernachrichtensendung **logo!**, dem Wissensmagazin **Erde an Zukunft** und in Form eines umfassenden Online-Angebots begleitet.





Sind derzeit als »logo!«-Moderatoren aktiv: Tim Niedernolte, Anja Roth, Jennifer Sieglar und Tim Schreder

## Gut, dass es logo! gibt – 25 Jahre ZDF-Kindernachrichten

Als am 9. Januar 1989 der Startschuss für die Kindernachrichten **logo!** fiel, war die Skepsis groß: Würde der Spagat gelingen, das komplexe Weltgeschehen für die Zielgruppe der Acht- bis Zwölfjährigen aufzuarbeiten, ohne sie intellektuell und emotional zu überfordern? Doch inzwischen ist logo! fest in der deutschen Medienlandschaft etabliert: als einzige tägliche Kindernachrichtensendung im deutschen Fernsehen. Eine ZDF-Marke mit klarem Kern – 25 Jahre logo! sind auch 25 Jahre Zeitgeschichte.

Informieren, Hintergründe erklären, Ereignisse einordnen, Hilfestellung geben und die Zuschauer aktivieren: Diese Eckpunkte des logo!-Konzepts haben sich bei vielen großen politischen und wirtschaftlichen Ereignissen bewährt und wurden stetig weiterentwickelt und professionalisiert. Kinder bekommen vieles vom Weltgeschehen mit, ohne Hilfestellung können sie das meiste aber nicht einordnen und verstehen. Das ist Aufgabe von logo!.

Nicht zuletzt deshalb erhielt logo! im Jahr 2010 den Deutschen Fernsehpreis als beste Informationssendung im Deutschen Fernsehen. Die Begründung der Juroren: »logo! zeigt und erklärt Kindern Politik und Weltgeschehen, so dass auch Erwachsene etwas davon haben«. Die Jury findet: »Gut, dass es logo! gibt!«. Ausdrücklich wurde der Umgang der Kindernachrichtensendung mit Krisensituationen gelobt. logo! erhielt damit als erste Kindersendung einen Preis, der bislang Erwachsenenformaten vorbehalten war.

Seit 1998 erklärt logo! auch online täglich die komplexe Nachrichtenwelt. Mit einem speziell auf die Ansprüche der Kinder zugeschnittenen Angebot erhalten die Nutzer auf [www.logo.de](http://www.logo.de) ergänzende Inhalte zur weiteren Information und Orientierung. Zusätzlich dazu bildet das Online-Angebot eine Plattform, auf der die Kinder sich vielfältig zu Wort melden können.

Der Input der Nutzer und der direkte Dialog mit ihnen sind ein wichtiges Indiz dafür, dass die logo!-Themen und deren Umsetzung bei der Zielgruppe ankommen. Die Internetseiten bilden damit eine wertvolle Ergänzung zur täglichen TV-Sendung und werden als solche auch regelmäßig von den Usern genutzt.

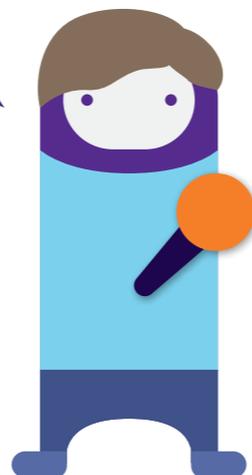
In der Wahrnehmung der Acht- bis Zwölfjährigen ist logo! eine der bekanntesten Wissenssendungen für Kinder – dies hat 2013 eine Umfrage des Instituts iconkids & youth bestätigt, die im Auftrag der ZDF-Medienforschung durchgeführt wurde. Dieses Ergebnis spiegelt sich auch in den Marktanteilen wider: logo! hat sich seit 2010 mit der Umstellung auf eine tägliche Ausstrahlung im KiKA (Montag bis Sonntag) noch stärker etabliert. 270.000 Kinder im Alter von drei bis dreizehn Jahren sehen im Durchschnitt die Hauptausgabe am Abend, das entspricht einem Marktanteil von 20,2 Prozent (2013). Im Vergleich zu 2009 mit 220.000

Kinder-Zuschauern und einem Marktanteil von 15,5 Prozent bedeutet dies eine deutliche Akzeptanz-Steigerung. Damit behaupten sich die Kindernachrichten mit Erfolg gegen die meist fiktionalen Konkurrenz kommerzieller Sender. Auch Online gehört logo! zu den meist abgerufenen Sendungen des ZDF-Online-Angebots für Kinder mit durchschnittlich 4,19 Millionen Sichtungen (2013).

Um dem medialen Nutzungsverhalten von Kindern Rechnung zu tragen, wird sich logo! auch in den kommenden Jahren stetig weiterentwickeln. Eine App zur mobilen Nutzung der Kinder-Mediathek auf Tablets und Smartphones soll Ende 2014 zur Verfügung stehen. Zugleich sollen die ZDFtivi.de-Angebote durch technische Überarbeitung zukünftig auf mobilen Geräten vollständig zu empfangen sein.

[www.logo.de](http://www.logo.de)

[www.zdftivi.de](http://www.zdftivi.de)



### Fünf Jahre »Kinderreporter treffen die Großen der Welt«

Die ZDF-Kindernachrichtensendung **logo!** hatte in ihrem 25. Jahr noch ein Jubiläum zu feiern: Die logo!-Interviewreihe »Kinderreporter treffen die Großen der Welt« wurde fünf Jahre alt. Seit 2009 interviewen die logo!-Kinderreporter Prominente aus Politik, Sport, Musik, Film und anderen gesellschaftlichen Bereichen. Unter anderem interviewten Kinderreporter den Dalai Lama, Angela Merkel, Steven Spielberg, Will Smith, Bill Gates, Sebastian

Vettel, Thomas Müller, Heidi Klum und Justin Bieber. In einem logo!-spezial am Ostersonntag, dem 20. April 2014, wurden die fünf beliebtesten Interviews aus fünf Jahren noch einmal im Fernsehen gezeigt. Über die Top-5-Interviews der Sondersendung stimmten die Zuschauer im Vorfeld auf den logo!-Onlineseiten von ZDFTivi.de ab.



### Wie geht Wirtschaft?

Im März 2014 startete auf [www.logo.de](http://www.logo.de) ein Antwortmodul zur Frage: »Wie geht Wirtschaft?« Kinder können auf der Internetseite von logo! mit einer interaktiven Anwendung das Thema Wirtschaft entdecken – und das auch auf mobilen Geräten. Auf spielerische Art erfahren Kinder in dem Onlinemodul, wie sich Faktoren im Wirtschaftskreislauf auswirken und sich wechselseitig beeinflussen. Das Angebot erklärt komplizierte wirtschaftliche Zusammenhänge und Begriffe aus der Firmenwelt mit Fotos, Videos und Texten.

»Wie geht Wirtschaft?« bietet aber noch mehr: Die Kinder selbst werden zum Wirtschaftsakteur und können über eine Vielzahl von Wirtschaftsfaktoren bestimmen. Sie schlüpfen in die Rolle des Chefs einer Fahrradfabrik. Als Firmenchef treffen sie Entscheidungen und erfahren unmittelbar, wie sich diese auf das Unternehmen auswirken: Was passiert, wenn ich die Löhne meiner Mitarbeiter erhöhe? Welche Konsequenzen hat es, wenn ich im Ausland produziere? Die interaktiven Teile des Moduls machen mithilfe von Animationen sichtbar, wie sich die Entscheidungen auf das Unternehmen auswirken.

Das Modul soll perspektivisch um weitere Bereiche der Wirtschaft, wie zum Beispiel die Finanzwirtschaft, erweitert werden.

»Wie geht Wirtschaft?« richtet sich an Kinder ab neun Jahren und ist über [www.logo.de](http://www.logo.de) auf einem Computer oder Tablet abrufbar.





GEDÄCHTNIS  
DER  
NATION

## Unsere Geschichte – Das Gedächtnis der Nation

Im Deutschen Historischen Museum in Berlin sind seit März 2014 bis zu 5.000 Zeitzeugenclips über moderne Medienstationen für die Besucher abrufbar. Das Zeitzeugenprojekt »Unsere Geschichte. Das Gedächtnis der Nation« hat damit noch mehr Fahrt aufgenommen: Das Vorhaben wird schon seit mehreren Jahren vom ZDF und weiteren Förderern unterstützt, Träger ist mittlerweile ein gemeinnütziger Verein. Dessen Ziel lautet: Aussagen zur deutschen Geschichte des 20. Jahrhunderts filmisch zu sichern und für künftige Generationen multimedial verfügbar zu machen. Die ZDF-Redaktion Zeitgeschichte hatte die Initiative angeregt, schließlich konnte immer nur ein Bruchteil der für das ZDF-Programm gedrehten Zeitzeugenaussagen in TV-Dokumentationen präsentiert werden.

Ziel der Initiative ist es, diese große Fülle an Interviews einer breiteren Öffentlichkeit, also auch Schulen, Bildungseinrichtungen, der Forschung und Wissenschaft, zugänglich zu machen. Das ZDF leistete beim Aufbau des Projektes grundlegende redaktionelle und logistische Hilfe und brachte Tausende von Zeitzeugeninterviews in die Präsentation ein. Ein mobiles Studio, der Jahrhundertbus, zeichnet auch weiterhin in ganz Deutschland im großen Stil Zeitzeugnisse auf. Auf einer von Google/YouTube zur Verfügung gestellten Internet-Plattform sind sowohl ZDF-Interviews als auch Ausschnitte von neu aufgezeichneten Gesprächen – eingebettet in redaktionelle Beiträge – abrufbar.



Unterwegs um Zeitzeugen zu befragen und »unsere Geschichte« zu erhalten.

## Neue Partner – Neue Nutzer – Neue Perspektiven

Die Prominenz des vom ZDF unterstützten Projekts und die Qualität der Zeitzeugenarbeit haben die Nachfrage nach den Angeboten des Vereins kontinuierlich erhöht. Zahlreiche neue Kooperationen mit Bildungseinrichtungen und Kulturinstitutionen aus ganz Deutschland sind vereinbart und bereits bestehende ausgebaut worden. Im Rahmen der Medienpartnerschaft des Vereins mit dem niedersächsischen Innenministerium wurden mehr als 100 Interviews zur Geschichte der Migration aufgezeichnet. Die enge Zusammenarbeit mit der Robert-Havemann-Gesellschaft, dem Alliierten-Museum, der Gedenkstätte Andreasstraße (Erfurt) oder dem Grenzmuseum Schifflersgrund zeigen, dass professionell produzierte Zeitzeugen-Interviews unverzichtbarer Bestandteil der Museumsarbeit und der politischen Bildung geworden sind.

Dank der Kooperationen konnte der Jahrhundertbus durch alle Teile Deutschlands touren. Mit den neuen Zeitzeugen stieg auch die Zahl der im Portal »Gedächtnis der Nation« hochgeladenen Interviewclips. Im Online-Archiv

sind mehr als 1.400 neue Zeitzeugen zu finden. Waren aufgrund des großen Medieninteresses bis Ende 2012 sechs Millionen Klicks gezählt worden, konnten die Zugriffe bis Ende 2013 auf insgesamt 9,2 Millionen gesteigert werden.

2014 orientieren sich die Interviewtouren an bedeutenden Gedenktagen und speziellen Einzelthemen. So ist eine Interviewreihe mit Hundertjährigen geplant, in deren Erinnerungen sich die Wendepunkte der deutschen Geschichte im 20. Jahrhundert spiegeln, wie zum Beispiel der Beginn des Zweiten Weltkriegs vor 75 Jahren, den diese Zeitzeugen beleuchten sollen. Die jüngere Generation wird zum Mauerfall vor 25 Jahren befragt. Zeitzeugen aus Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport und Militär sollen erzählen, wie sie die Zeit vor und nach 1989 persönlich erlebt und gestaltet haben.

[www.gedaechtnis-der-nation.de](http://www.gedaechtnis-der-nation.de)

## Technik, Innovation, Deutscher Zukunftspreis

Wenn sich herausragende wissenschaftliche Leistungen in wirtschaftliche Erfolge umsetzen lassen, dann sind Innovationen im besten Sinne entstanden. Daran mag der damalige Bundespräsident Roman Herzog im Jahre 1997 gedacht haben, als er den Deutschen Zukunftspreis ins Leben rief. Der »Preis des Bundespräsidenten für Technik und Innovation« wurde von diesem selbst initiiert. Herzogs Nachfolger haben sich den Preis zu eigen gemacht und die Tradition fortgesetzt – er gilt schon lange als Innovations-Oscar.

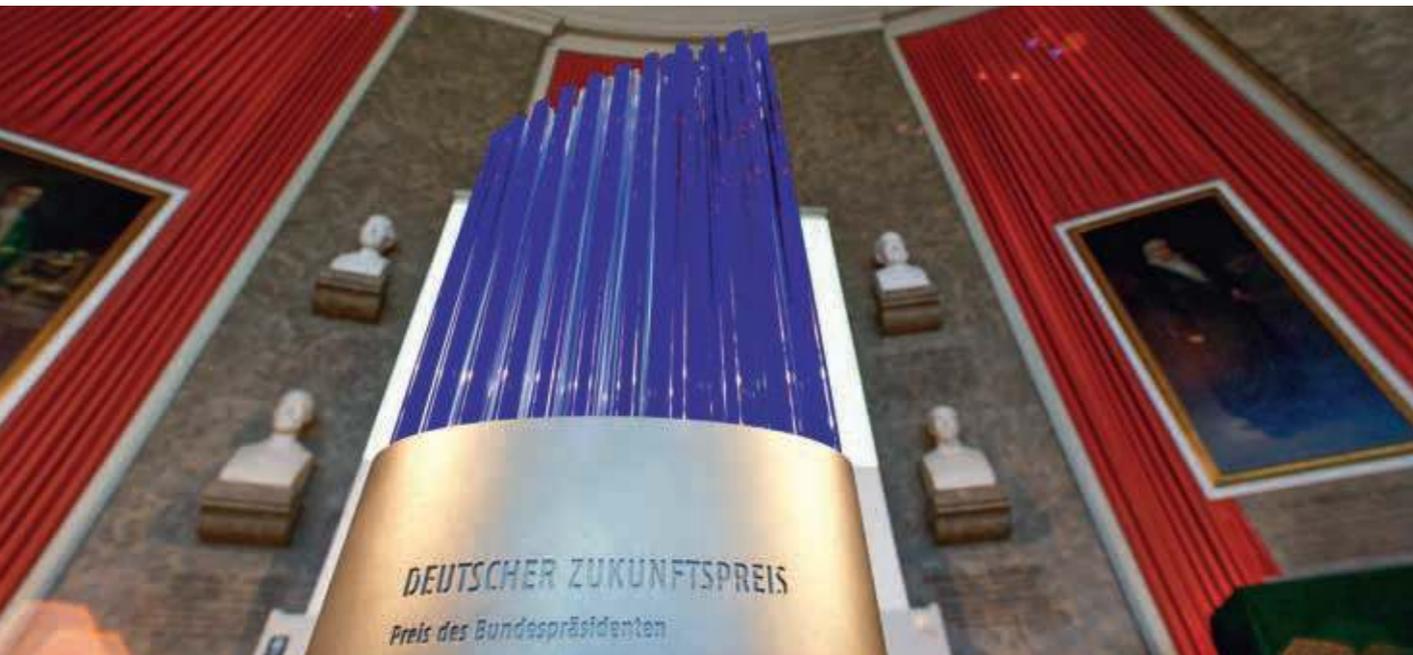
2013 verlieh Bundespräsident Joachim Gauck den Deutschen Zukunftspreis an drei Forscher für ihre Arbeit »Ultrakurzpulslaser für die industrielle Massenfertigung – produzieren mit Lichtblitzen«. Das Team entwickelte neue, besonders zuverlässige und präzise Werkzeuge auf der Basis von Lasern. Das Licht wird dabei in Form ultrakurzer energiegeladener Pulse ausgesandt. Dadurch lässt sich die schnelle Bearbeitung unterschiedlicher Materialien mit vorher nicht gekannter Genauigkeit realisieren.

Das Besondere an dem Preis ist das Verfahren, das zur Preisverleihung führt. Eine hochrangige Jury wählt aus den Einreichungen von Unternehmen und Forschungseinrichtungen in der Regel drei Nominierungen aus. Allein die Nominierung gilt in Wissenschaftskreisen schon als hohe Auszeichnung.

Das ZDF ist von Anfang an Medienpartner des Deutschen Zukunftspreises, stellt die nominierten Arbeiten vor, berichtet in den aktuellen Sendungen darüber und überträgt die Verleihung. Der besonderen Bedeutung des Deutschen Zukunftspreises trägt auch das Format der Preisverleihung Rechnung, wie es seit einigen Jahren gepflegt wird: In längeren Filmbeiträgen werden die Nominierten und ihre Arbeiten vorgestellt. Maybrit Illner diskutiert anschließend gemeinsam mit dem Bundespräsidenten und den Wissenschaftlern aktuelle Fragen der Forschung und Forschungsförderung.

Schaut man auf die Preisträger der vergangenen Jahre zurück, so wurden mit dem Deutschen Zukunftspreis auch häufig Arbeiten ausgezeichnet, die weltweit Bedeutung erlangten. So erhielt 1998 Professor Peter Grünberg den Preis für die Entdeckung des GMR-Effektes. Die Grundlagenforschung in diesem Bereich brachte die Entwicklung von Festplatten einen entscheidenden Schritt voran – 2007 erhielt Grünberg für diese Arbeit den Nobelpreis für Physik. Im Jahr 2000 wurde ein Forscherteam um Professor Brandenburg für die MP3-Komprimierung bei Audiodateien ausgezeichnet – die Erfolgsgeschichte des MP3-Formats und seines weltweiten Siegeszugs dürfte bekannt sein. 2003 wurde das Team von Dr. Tarumi für die Entwicklung von Flüssigkristallen ausgezeichnet, die in Flachbildschirmen weltweit eingesetzt werden. Und Professor Hell revolutionierte mit seiner Arbeit die Lichtmikroskopie und erhielt dafür 2006 ebenfalls den Preis.

[www.deutscher-zukunftspreis.de](http://www.deutscher-zukunftspreis.de)



**Motivation zu Innovation. Wenn ein Preis dazu beiträgt, sorgen wir gerne für Aufmerksamkeit!**

# Kunst und Kultur

Ob Theater oder Literatur – das Fördern der Inhalte bedarf in unserer komplexen und schnelllebigen Medienwelt einer besonderen Kultur. Die haben wir im ZDF mit Engagement und Leidenschaft entwickelt.





## Starke Stücke auf der TV-Bühne 50 Jahre Theatertreffen in Berlin

Das Berliner Theatertreffen fand 1964 zum ersten Mal statt und ist in seinem 50. Jahr das alljährlich wichtigste Theaterereignis im deutschsprachigen Raum. Auf diesem wurden und werden die besten, ästhetisch und politisch relevantesten Inszenierungen gezeigt, dort ließen sich die großen und kleinen Revolutionen in Bühnenästhetik und künstlerischem Selbstverständnis der Theater-Schaffenden ablesen. Seit fünf Jahrzehnten laden die Berliner Festspiele im Mai die zehn herausragenden und zukunftsweisenden Arbeiten des Jahres aus Österreich, der Schweiz und Deutschland nach Berlin ein. Neben einer Rückbesinnung auf große Stoffe und Geschichten ist stets auch eine Neubefragung sozialer und gesellschaftlicher Themen zu verspüren: die Bühne als Ort, an dem existenzielle Fragen verhandelt werden. Das Theater war und ist immer auch ein Spiegel der Zeit und der politischen Umstände.

Seit 1996 berichtet 3sat über dieses wichtige Theaterereignis und zeigt unter dem Titel »Starke Stücke« jeweils drei der zum Theatertreffen Berlin eingeladenen Inszenierungen zur besten Sendezeit in seinem Programm. Das 50-jährige Jubiläum, welches vom 3. bis zum 20. Mai 2013 stattfand, begleitete 3sat als Medienpartner des Theatertreffens zudem mit einer Dokumentation über die Geschichte des Treffens. Jährlich verleiht 3sat im Rahmen des Berliner Theatertreffens den mit 10.000 Euro dotierten 3sat-Preis, mit dem Künstler aus dem Kreis der eingeladenen Ensembles für richtungsweisende, innovative Leistungen ausgezeichnet werden. 2013 ging der Preis an Sandra Hüller für ihre schauspielerische Leistung in ihrer Rolle in »Die Straße. Die Stadt. Der Überfall«. Die 3sat-Sendung **Kulturzeit** bietet zum Auftakt des Theatertreffens eine Vorschau auf all das, was Theaterfans während des 14-tägigen Festivals erwartet.

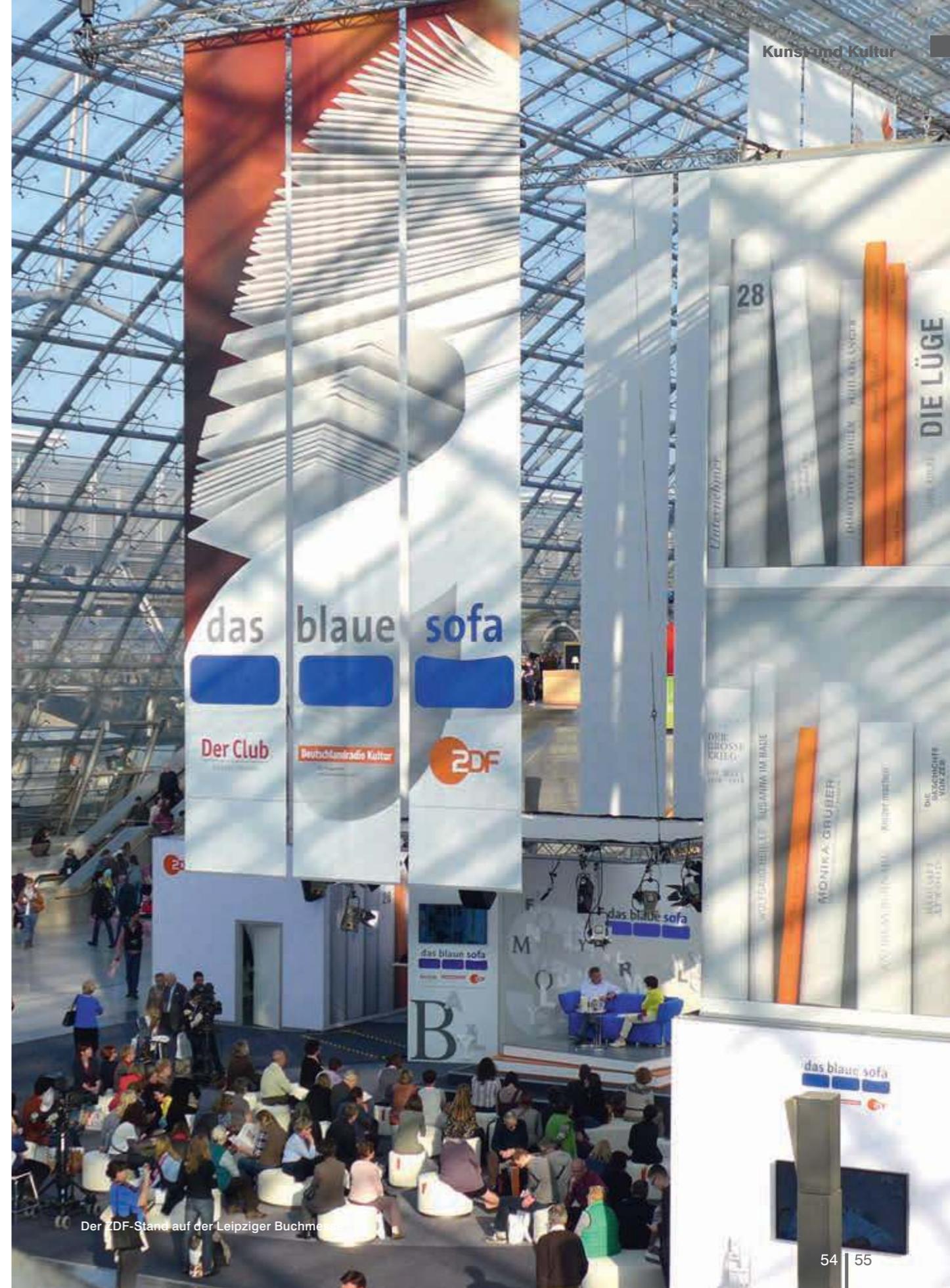
## Lust auf Lesen – Literatur im ZDF

Durch sein langjähriges Engagement für Literatur und Leseförderung hat sich das ZDF in der Branche als Marktführer dieses Genres in Deutschland verdient gemacht. Sendungen wie **Das Literarische Quartett** mit dem 2013 verstorbenen Marcel Reich-Ranicki, **Lesen!** mit Elke Heidenreich oder **Die Vorleser** mit Amelie Fried und Ijoma Mangold setzten Maßstäbe in der Vermittlung von Literatur im Fernsehen. Seit 2011 präsentiert Wolfgang Herles in seiner Sendung **Das blaue Sofa** regelmäßig aktuelle Bücher im Gespräch mit Autoren und Literaturkritikern. Anlässlich der Buchmessen in Leipzig und Frankfurt am Main werden regelmäßig auf dem gleichnamigen »Blauen Sofa« am ZDF-Stand vielbeachtete Interviews mit prominenten Schriftstellern präsentiert. Diese 30-Minuten-Gespräche veranstaltet das ZDF in Zusammenarbeit mit dem Club Bertelsmann und mit Deutschlandradio Kultur und strahlt sie live im Fernsehen oder im Internet unter [zdf.de](http://zdf.de) sowie in Form von Zusammenfassungen im Hauptprogramm und in 3sat aus.

Im Herbst 2013 wurde zum 35. Mal der **aspekte**-Literaturpreis verliehen. Das ZDF vergibt den mit 10.000 Euro dotierten Preis seit 1979 jährlich für das beste deutschsprachige Prosa-Debüt. Mit dieser wohl anerkanntesten Würdigung literarischer Anfängerwerke in Deutschland trägt das ZDF zur Förderung der Buchszene bei. Die meisten **aspekte**-Preisträger konnten sich im Laufe der Jahre erfolgreich durchsetzen, zum Beispiel die Literatur-Nobelpreisträgerin Herta Müller, die 1984 mit dem **aspekte**-Literaturpreis bedacht wurde. 2013 erhielt der Schriftsteller und Journalist Eberhard Rathgeb mit seinem Erstlingsroman »Kein Paar wie wir« den Preis. Zur 2013 neu berufenen Jury gehören Ursula März (Die Zeit), Jana Hensel (Der Freitag), Volker Weidermann (Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung), der Schauspieler Clemens Schick sowie Daniel Fiedler (Redaktionsleiter ZDF Kultur Berlin).

Mit der Vergabe an Judith Schalansky im Februar 2014 begann der Mainzer Stadtschreiber-Literaturpreis sein 30. Jahr. Mainzer Stadtschreiber des Jahres 2013 war der renommierte Schweizer Schriftsteller Peter Stamm. Der vom ZDF, der Landeshauptstadt Mainz und 3sat gemeinsam vergebene Preis ist mit 12.500 Euro dotiert und gilt unumstritten als einer der bedeutendsten Literaturpreise im deutschsprachigen Raum. Denn er bietet seinen Preisträgern eine unter Literaturpreisen einmalige Möglichkeit: Gemeinsam mit dem ZDF produzieren sie in ihrer Amtszeit eine Dokumentation nach freier Themenwahl. Ein spannendes Experiment, wenn aus bedeutenden Schriftstellern Nachwuchs-Filmemacher werden. Als Zeichen für die erfolgreiche Synergie zwischen Literatur und Fernsehen ist der Mainzer Stadtschreiber-Literaturpreis seit 1985 ein lebendiger Teil des Erbes Gutenbergs. Zum 30-jährigen Bestehen des Preises haben das ZDF und die Landeshauptstadt gemeinsam eine Ausstellung konzipiert, die zum ersten Mal alle Preisträgerinnen und Preisträger im Mainzer Rathaus zusammenbringt. Auf weiteren Veranstaltungen werden zudem ältere Stadtschreiber-Dokumentationen vorgeführt.

Seit 2005 überträgt das ZDF – im Wechsel mit der ARD – aus der Frankfurter Paulskirche die Verleihung des Friedenspreises des Deutschen Buchhandels, des wohl bedeutendsten Kulturpreis der Bundesrepublik. Im Jahr 2013 wurde live im ZDF die weißrussische Schriftstellerin Swetlana Alexijewitsch geehrt, die Chronistin der auseinanderbrechenden Sowjetunion. Mit dem Preisgeber des Friedenspreises, dem Börsenverein des Deutschen Buchhandels, unterhält das ZDF ebenso enge Beziehungen wie mit der Stiftung Lesen in Mainz. An ihrer Seite engagiert es sich für den Welttag des Buches und macht mit Spots und Aktionen Lust auf die bunte Welt der Bücher.



Der ZDF-Stand auf der Leipziger Buchmesse

## Denkmal – Schutz für die Zukunft

Die Rettung und der Wiederaufbau zahlreicher wichtiger Kultur- und Baudenkmäler in Deutschland ist ein besonderes Anliegen des ZDF. Vor allem nach der Wiedervereinigung stellte sich das ZDF in den Dienst der Denkmalpflege, unter anderem in enger Partnerschaft mit der »Deutschen Stiftung Denkmalschutz« und dem »Deutschen Nationalkomitee für Denkmalschutz«. 2013 und 2014 feiert das Nationalkomitee, zu dessen Gründungsmitgliedern das ZDF gehört, sein 40-jähriges Jubiläum. Eine Reihe mit dem Titel Denkmal-Interventionen präsentiert in verschiedenen Städten Deutschlands prominente Intellektuelle wie die Autorinnen Juli Zeh und Thea Dorn, den Maler Markus Lüpertz oder die Literaturnobelpreisträgerin Herta Müller, die sich Gedanken um die Themen Wohnen, Leben in unseren Gemeinwesen oder das Lesen der Spuren unserer gebauten Geschichte machen.

Einen Höhepunkt des Denkmalschutz-Engagements bildete die Medienpartnerschaft zugunsten des Wiederaufbaus der Dresdner Frauenkirche. In zahlreichen großen Aktionen rief das ZDF erfolgreich zu Spenden auf. Mehr als 5,5 Millionen Euro kamen zusammen.

Seit 2001 setzt sich das ZDF in einer Medienpartnerschaft mit der »Stiftung Preußischer Kulturbesitz« für die Sanierung der Museumsinsel in Berlin ein, seit 2006 wirbt es verstärkt für die einmalige Schönheit der »Insel der Schätze«, der größten Kulturbaustelle Europas. 2013 und 2014 stehen im Zeichen des Wiederaufbaus des Berliner Stadtschlusses als Humboldtforum. Der zwölfte Teil der Langzeitbeobachtung »Jahrhundertprojekt Museumsinsel« von ZDF-Kulturredakteurin Carola Wedel behandelte 2013 die Vision, wie das Humboldtforum nach dem Wiederaufbau des Schlosses inhaltlich zu bespielen sei. Den zentralen Platz sollen die außereuropäischen Kulturen einnehmen. Im Jahr 2014 wird es ebenfalls um die Planungen

rund um das Stadtschloss gehen. Auch in den nächsten Jahren ist beabsichtigt, dass das ZDF sich weiterhin um die Museumsinsel in Berlin kümmert.

Das ZDF ist zudem in einer Medienpartnerschaft mit der »Stiftung Preußische Schlösser und Gärten« verbunden, in deren Mittelpunkt die Unterstützung der Sanierung des Neuen Palais steht. Anlässlich des 300. Geburtstages von König Friedrich dem Großen im Jahr 2012 berichtete das ZDF über zahlreiche Aspekte der historischen Gestalt und dem baulichen Erbe im Park von Sanssouci. In den Jahren 2014 und 2015 wird dem Jubiläum 600 Jahre Hohenzollern in Brandenburg gedacht.

Weitere national bedeutende Bauten haben durch die Berichterstattung und mit gezielten Aktionen des ZDF große Aufmerksamkeit erfahren, zum Beispiel die Herzogin-Anna-

Amalia-Bibliothek in Weimar, die durch eine Brandkatastrophe schwer beschädigt war. Besondere Zuwendung kommt seit Jahren auch den Domen zu Mainz und Speyer zugute.

In der Verbindung von Zeitgeschichte, Denkmalschutz und Archäologie beschäftigt sich seit 2010 eine Dokumentationsreihe mit einzelnen prominenten Bauten unseres Landes. 2013 erhielt etwa der Film **Die verschwundene Mauer. Eine Spurensuche in Berlin** des Autors Andreas Sawall den »Deutschen Preis für Denkmalschutz« in der Kategorie Journalistenpreis. 2013 produzierte das ZDF, ebenfalls mit Autor Andreas Sawall, unter dem Titel **Böse Bauten. Hitlers Architektur – Eine Spurensuche in Berlin** eine vielbeachtete Dokumentation, dieses Mal auf der Suche nach den Resten von NS-Bauten. Im Jahr 2014 wird sich die Dokumentation **Krieg der Bauten** mit dem Ost-West-Wettstreit der Architekten im Zeichen des Kalten Krieges in Berlin beschäftigen.



Dreharbeiten rund um den Wiederaufbau des Berliner Schlosses



Die Kuppel aus der zentralasiatischen Turfan-Fundstätte.



Südpazifische Initiationsgegenstände im Humboldtforum

# Umwelt und Ökologie

**Umweltberichterstattung im Fernsehen kann unbequem sein.  
Und dabei informativ und spannend. An Themen mangelt es einer  
Umweltredaktion jedenfalls nicht.**

## Alles eine Frage der Balance – 40 Jahre Umweltredaktion

Als die Gesellschaft für deutsche Sprache in Wiesbaden 1972 zum ersten Mal ihre Liste der »Wörter des Jahres« veröffentlichte, fanden sich darunter die Begriffe Umweltschutz und Umweltverschmutzung. Sie gehörten nach Ansicht der Fachjury zu jenen Leitwörtern, die die öffentliche Diskussion des betreffenden Jahres in besonderem Maße geprägt haben. Schaumkronen auf den Flüssen, Rauchschwaden aus Fabrikschornsteinen, wilde Mülldeponien, Ölkrise – all das sorgte für Schlagzeilen. Wenn nicht täglich, so doch mit großer Sicherheit wöchentlich kam eine Katastrophenmeldung auf den Redaktionstisch. Es waren diese eher kleinen, aber auch die großen Katastrophen (Tschernobyl) oder die Exxon Valdez, die jahrelang ausreichten, um ein paar Dutzend Umweltjournalisten auf Trab zu halten. Auch das ZDF griff diese Themen auf und brachte bereits 1973 eine eigene Umweltsendung auf den Schirm. Am 7. Oktober wurde die erste Ausgabe von **Tatsachen** ausgestrahlt.

Längst leben wir im Zeitalter der Globalisierung, längst ist das persönliche Erfahrungsumfeld jedes einzelnen viel zu klein um zu erkennen, wie die Dinge in unseren sehr komplexen Industriegesellschaften zusammenhängen. Niemand kann wirklich prüfen, wo die Baumwolle für das (Billig-)T-Shirt tatsächlich herkommt, keiner weiß, wie viel Energie pro Tag in Deutschland verschwendet wird und niemand hat zugesehen, wie viel Hektar heute wieder im Land zubetoniert wurden und so für natürliche Lebensräume nicht mehr zur Verfügung stehen.

Hier setzt Umweltfernsehen an: Die Menschen müssen die Zusammenhänge verstehen, sonst werden sie eines Tages aufwachen, auf unseren ausgebeuteten Planeten blicken und fragen: Wie konnte das passieren? Und es wird die Armen der Ärmsten zuerst treffen. Es ist nicht nur eine Frage der menschlichen Ethik, das zu erkennen und darüber zu berichten, auch wenn es äußerst unbequeme Themen sind.

Spätestens seit der UN-Konferenz für nachhaltige Entwicklung im Jahre 2002 in Johannesburg gibt es denn auch ein Leitbild, das nahezu von allen Akteuren akzeptiert wird – eben die Nachhaltigkeit. Die Umweltredaktion des ZDF hat die entsprechenden Themen seit vielen Jahren im Visier. Und nach der Umstellung auf das DokufORMAT **planet e.** im Herbst 2011 wuchs die Möglichkeit noch einmal, die Nachhaltigkeitsthemen besonders intensiv aufzubereiten – eindringlicher, als es in kurzen Magazinstücken möglich ist. Das entspricht auch dem Ziel der ZDF-Umweltberichterstattung: zur Orientierung in unserer komplexen Welt beitragen – mit kreativen Lösungsansätzen und dem Querdenker-Prinzip.

Und da öffnet sich ein ganzer Fächer spannender Themen: Biolandwirtschaft und grüne Gentechnik, sanfter Tourismus und neue Mobilität, Verschwendung und Effizienz, Entschleunigung und internetgetriebener Fortschritt, Ernährungsindustrie und natürliches gesundes Essen mit dem Wissen, wo die Grundstoffe für unsere Nahrungsmittel herkommen und wie die Verarbeitung erfolgt. Und natürlich Atomausstieg sowie Energiewende. Dabei zeigen Best-Practice-Beispiele »praktizierte« Nachhaltigkeit, mithin positive Entwicklungen. Die erforderliche Balance herzustellen zwischen Katastrophen-Nachrichten und Berichten über ökologische Intelligenz, darin sieht die ZDF-Umweltredaktion ihre wichtigste Aufgabe – mit viel Vertrauen in unsere gemeinsame Zukunft.

[www.planete.zdf.de](http://www.planete.zdf.de)



Der planet e.-Zeppelin ist schon längs des Rheins, über Mallorca und über den Wolken gesichtet worden

## Weltretter 3.0: Auszeichnung beim NaturVision Filmfestival

Das NaturVision Filmfestival in Ludwigsburg ist Deutschlands ältestes Filmfestival zu Themen rund um Natur, Tiere, Umwelt und Nachhaltigkeit. 2013 gewann **planet e.** mit der Ausgabe **Weltretter 3.0** den Preis der Jugendjury.

Ein Team aus jungen Leuten entscheidet unabhängig über den besten Wettbewerbsbeitrag. Der Film Weltretter 3.0 erzählt, wie die Generation Facebook mobil macht, um das Klima zu retten oder wenigstens einen echten Beitrag dazu zu leisten. Also skypen, posten und twittern die Akteure, um so die erste wirklich globale Jugendbewegung aller Zeiten zu organisieren.

Über drei Milliarden Jugendliche unter 25 Jahren leben heute auf der Erde – mehr als 40 Prozent der Weltbevölkerung. Sie sind groß geworden in einer Zeit, die sich Nachhaltigkeit auf die Fahnen geschrieben hat, in Wahrheit aber eine ökologische Katastrophe nach der anderen produziert. So ist etwa der CO<sub>2</sub>-Ausstoß nach der denkwürdigen Weltkonferenz für Umwelt und Entwicklung 1992 in Rio de Janeiro nicht etwa gesunken, sondern angestiegen. Regenwald wird mehr denn je gefällt und Plastikmüll findet sich immer häufiger in den Ozeanen.

Der Klimawandel wird zum Generationenkonflikt. Denn es geht darum, wie viel von den weltweiten Ressourcen noch übrig bleibt für diejenigen, die heute jung sind. Deshalb wollen sie das Thema selbst in die Hand nehmen und neue Wege gehen. planet e. hat dieses neue Denken aufgegriffen. Dabei hat es die Autorin, Jana Lemme, verstanden, die Anliegen der 3.0-Generation gut rüberzubringen, zumindest in den Augen der Jugendjury.

Einfallsreich sind die Aktionen allemal: Die Klimaretter blockieren Landebahnen, entführen Kohlezüge, umzingeln das Weiße Haus, pflanzen Millionen Bäume, legen Kraftwerke und Kohletransporte lahm. Sie bauen Solaranlagen, Windturbinen und Stadtgärten. Sie gehen in 175 Ländern auf die Straße und machen die Klimabewegung zu einer weltweiten neuen politischen Kraft. Die ausgezeichnete planet e.-Doku macht deutlich, dass es sich dabei um ein vernetztes Vorgehen handelt, was alles andere als zufällig passiert. Die kollektive Schwarmmacht aus dem Netz: Konventionelle Politik hat nicht im Ansatz verstanden, was sich da tut. Netzwerker brauchen keine demokratische Legitimation und sie ziehen auch nicht in ein Parlament ein. Sie bilden weder Ausschüsse noch Regierungen, sie ernennen keine Minister oder Fraktionsvorsitzende. Die Weltretter 3.0 sind einfach da – erst im Netz, dann vor Ort.



# Innovation und Kreativität

Inhalte sind unser Kerngeschäft. Attraktiv und akzeptiert.  
Und mit professionellem Profil in der digitalen Medienwelt.

## Das ZDF im digitalen Wandel

Von der Digitalisierung der Medien ist schon lange die Rede – und trotzdem sind jedes Jahr neue Aspekte zu entdecken, die neue Herausforderungen schaffen: Smarte Fernsehgeräte, die ans Internet angeschlossen werden, Tablets, auf denen man auch Fernsehen schauen kann, Smartphones, die parallel zum Fernsehen genutzt werden. All das verändert das Nutzungsverhalten vor allem der jüngeren Zuschauer.

Das ZDF leistet seinen Beitrag dazu, dass die Fernsehbranche mit diesen Entwicklungen Schritt halten kann. Wir helfen mit, die veränderte Welt zu verstehen. Der Sender bringt sich engagiert ein in die Arbeit an den angemessenen rechtlichen und technischen Rahmenbedingungen. Und er setzt im Programm passende Akzente.

### Die digitale Welt verstehen

In analogen Zeiten war die Fernsehbranche leicht abzugrenzen: Da ging es um die Live-Übertragung von Bewegtbild auf Fernsehgeräte. Diese einfache technische Definition greift heute nicht mehr. In den Mediatheken gibt es »Fernsehen auf Abruf« und jedes mit dem Internet verbundene Gerät kann heute als Fernseher fungieren.

Vier Dienste wachsen zusammen: das klassische frei empfangbare Free-TV, das Abruf-Fernsehen mit dem Rückgriff auf die Sendungen der vergangenen Tage, das sich langsam auch in Deutschland rechnende Bezahlfernsehen und die neuen Video-on-Demand Dienste. Dies alles zusammen wird in digitalen Zeiten Fernsehen genannt. Und für den Zuschauer dürfte der Unterschied zwischen diesen vier Angeboten nach und nach verschwimmen – und schon bald gar nicht mehr wahrnehmbar sein.

### Die neuen Rahmenbedingungen

Noch stammen viele rechtliche und technische Regelungen, die für das Fernsehen wichtig sind, aus der alten analogen Zeit. Ein Beispiel: Warum gelten für das Live-Fernsehen andere Jugendschutz-Regeln als für das Abruf-Fernsehen? Das eine ist Rundfunk, das andere ein Telemedium – aber wenn doch alles zusammen Fernsehen ist: Was soll dann diese Trennung?

Und auch technisch gibt es noch viel zu regeln. An einem Fernsehgerät mischen sich heute Signale aus der alten Welt des linearen Fernsehens mit den IP-Daten aus dem Internet. Das ZDF engagiert sich für einen offenen Standard, der das Zusammenleben dieser beiden Welten auf einem Gerät regelt: HbbTV (Hybrid Broadcast Broadband TV) wird er genannt, maßgeblich entwickelt vom Institut für Rundfunktechnik in München, an dem das ZDF beteiligt ist.

### Neues Programm

Dies alles ergibt für den Zuschauer nur dann Sinn, wenn auch das Programm die neuen Möglichkeiten sinnvoll nutzt. Filme wie der Thriller **App**, interaktive Begleitangebote oder auch die ZDFheute-App für Nachrichten auf dem Smartphone lassen die digitale Welt lebendig werden. Sie sind ein Vorgeschmack auf die neue Vielfalt, die das Fernsehen in der digitalen Welt noch attraktiver machen wird.

Video on demand



Pay TV



Catchup TV



Free TV



## Fünf Jahre ARD/ZDF Förderpreis Frauen + Medientechnologie

2013 wurde der ARD/ZDF Förderpreis »Frauen + Medientechnologie« zum fünften Mal vergeben und im Rahmen der Veranstaltung *medienwoche@ifa* in Berlin verliehen. Ausgerichtet wird der Förderpreis seit 2009 von der ARD.ZDF medienakademie. Bewerben können sich Frauen, die an deutschen, österreichischen oder schweizerischen Hochschulen im Bereich der Technik- und Ingenieurwissenschaften, Medienwissenschaften sowie anderer Fachgebiete mit Bezug zur Medientechnologie studieren und deren Abschlussarbeit zur Erlangung eines akademischen Grades – sei es Bachelor-, Master-, Diplom-, Magister- oder Doktorarbeit – angenommen wurde.

Welche Bewerberin mit ihrer Arbeit zu den zehn Nominierten eines Jahres gehört, entscheidet ein mit Vertretern aus den öffentlichen Rundfunkanstalten, Hochschulen und Verbänden besetzter Sichtungsausschuss. Aus den zehn Nominierten werden dann in einer zweiten Juryrunde drei Preisträgerinnen ermittelt.

2013 ging der erste Platz an Stefanie Nowak für ihre Doktorarbeit »Evaluation Methodologies for Visual Information Retrieval and Annotation«. Platz zwei belegte Ramona Haas mit ihrer Master-Abschlussarbeit *Responsive HTML5 Video*, die sich mit der optimierten Übertragung und Darstellung von Videos auf mobilen Endgeräten befasst. Franziska Rumpelt erreichte mit ihrer Master-Abschlussarbeit »Mobile Applikationen für Kinder – Untersuchung von Gestaltungsrichtlinien mobiler Plattformen hinsichtlich ihrer Eignung für Kinder im Kindergartenalter« den dritten Platz.

[www.ard-zdf-foerderpreis.de](http://www.ard-zdf-foerderpreis.de)

## Die audiovisuelle Kultur Deutschlands unterstützen

Das ZDF ist ein wichtiger Partner der deutschen Filmwirtschaft und des Filmnachwuchses – weit über den unmittelbaren Nutzen für das Programm hinaus. Als Gesellschafter oder Partner der regionalen Filmförderung in der Bundesrepublik und über das Abkommen mit der Filmförderungsanstalt engagiert sich das ZDF auch finanziell über seine gesetzlichen Pflichten hinaus und ist dabei vielfach dem deutschen Kino verpflichtet. Das ZDF unterstützt zudem als Medienpartner der Berlinale die internationalen Filmfestspiele durch Beteiligungen und umfassende Berichterstattung. Film ist Kultur – und der deutsche Film die audiovisuelle Kultur der Nation. Mit anderen Worten: Ein Land kann seine Kultur nicht allein

dem Markt überlassen. In diesem Sinne hat auch jüngst das Bundesverfassungsgericht zum Filmfördergesetz festgestellt, dass die kompetenzrechtliche Einordnung als Wirtschaftsförderung die Berücksichtigung der entsprechenden kulturellen Belange nicht ausschließt.

Das ZDF hat seine Kino-Aktivitäten in den vergangenen Jahren weiter verstärkt und verfolgt hier eine Vier-Säulen-Strategie: Anspruchsvolles Arthouse (zum Beispiel **Pina**), populäres deutsches Kino (zum Beispiel **Jesus liebt mich**), Kinder- und Familienfilm (zum Beispiel **Hanni und Nanni**) und Nachwuchs-Kino (zum Beispiel **Die Kriegerin**). Im Sommer 2014 ist das junge deutsche Kino ein Schwerpunkt im Programm des ZDF: deutsche Filme zur Hauptsendezeit.

In die Zukunft zu investieren, heißt für uns, Talente in der TV-Branche zu entdecken, zu entwickeln und ganz konkret zu fördern.



## Den filmischen Nachwuchs fördern

Die Förderung des filmischen Nachwuchses wird in der kontinuierlichen Arbeit der ZDF-Redaktion »Das kleine Fernsehspiel« und der Filmredaktion 3sat offensichtlich. 2013 war eines der Highlight-Programme aus der Redaktion »Das kleine Fernsehspiel« der mehrfach preisgekrönte Film **Die Kriegerin**, der schon im Kino Aufsehen erregt hatte und im ZDF in der zweiten Primetime ab 22 Uhr lief. 2014 konnte die vierteilige Thriller-Reihe **Stunde des Bösen** beeindrucken. Ebenfalls einen Blick auf die kreative Spannweite der Redaktion vermittelt die vierteilige Mini-Serie **House of Love**. Vier Regisseure (zwei Männer, zwei Frauen) haben dafür mit drei Paaren unterschiedlichen Alters in Badezimmer, Wohnzimmer, Küche und Schlafzimmer gedreht. Entstanden ist ein so amüsantes wie tiefgründiges Programm über die Geheimnisse der Liebe, über Beziehungen, Alltag und Zusammenhalt.

Aber auch anderen gesellschaftspolitischen Themen wendet sich die Redaktion »Das kleine Fernsehspiel« immer wieder zu. So entstanden zum Thema Migration die Filme **Implosion** von Sören Vogt und **Werden sie Deutscher** von Britt Beyer in der Dokumentarfilmreihe **100% Leben**. Und die Entwicklungsarbeit kommt hinzu: In Zusammenarbeit mit der Innovationswerkstatt Quantum entstehen serielle Formate wie die **Lerchenberg**-Sitcom oder die neue Politsitcom mit Stefan Stuckmann. Der auf Partizipation der User angelegte Internet-Krimi **Dina Fox** kann ebenso genannt werden, der mit zwei Folgen à 45 Minuten fortgesetzt wird.

Aus der Zusammenarbeit mit der Redaktion »Das kleine Fernsehspiel« entwickelten sich zuletzt auch Engagements für das große Fernsehspiel, wie zum Beispiel von Autoren, die für **Wilsberg** schreiben oder Regisseure wie Lanzlot von Naso, der die Krimireihe **Kommissar Marthaler** dreht. Hieran zeigt sich die erfolgreiche Entwicklung des filmischen Nachwuchses.

Die Filmredaktion 3sat arbeitet ebenso wie die Redaktion »Das kleine Fernsehspiel« kontinuierlich mit Filmhochschulen zusammen und hat insbesondere im Dokumentarfilmbereich viele erfolgreiche Filme im Berichtszeitraum produziert. In der Reihe **Fremde Kinder** ist der Film **Wildfang** von Alina Skrzyszewska entstanden. In der Reihe **Ab 18!** der Film **Slim** von Stefan Zeilner. Jens Wenkel konnte **Lagos-Notizen einer Stadt** abschließen. Produziert werden noch: **Aus dem Abseits** von Simon Brückner, **Above and Below** von Nikolaus Steiner, **Space Talk** von Ralf Bücheler und wieder für die Reihe **Ab 18!**, **Welcome to the New Age** von Elke Margarete Lehrenkrauss. Für diese Reihe werden meist Abschlussfilme als Lizenzen angekauft wie etwa **Louisa** von Katharina Pethke von der Kunsthochschule für Medien Köln, **Den Rest kann man sehen** von Leonel Dietsche aus der Filmakademie Ludwigsburg, **The Wildest Guy** von Sebastian Sorg aus der Hochschule für Fernsehen und Film München und **Utopia Ltd.** von Sandra Trostel. Diese Arbeit ermöglicht jungen Filmemachern den ersten Schritt in die Branche und die Chance, weitere Filme zu drehen.

[www.daskleinefernsehspiel.zdf.de](http://www.daskleinefernsehspiel.zdf.de)

Erfolgreich gefördert:  
»Kriegerin« Alina Levshin



## Preiswürdig: Kamera und Schnitt

In den späten 1970er Jahren entstand die Idee, einen Preis zur Förderung der Bildgestaltung in Film und Fernsehen zu schaffen, der die Leistung von Bildgestaltern, also von Kamera und Schnitt, angemessen würdigt. Die Rahmenbedingungen für einen solchen Wettbewerb entwickelte die Arbeitsgruppe »Kölner Kamerapreis«, der unter anderem Vertreter der Stadt Köln, des WDR und des ZDF angehörten. Seit dem Jahr 2000 findet der Wettbewerb um den Deutschen Kamerapreis jährlich statt. So auch 2013, als er zum 23. Mal vergeben wurde.

Die Preisverleihung erfolgt in jedem Jahr zum Auftakt des Medienforums NRW und wird von mehreren öffentlich-rechtlichen Sendern als Zusammenschnitt übertragen. Während seines Bestehens hat der Deutsche Kamerapreis herausragende Leistungen von Kameraleuten und Cuttern in verschiedenen fiktionalen und nicht-fiktionalen Kategorien ausgezeichnet. 2013 zum Beispiel wurden 14 Preise für herausragende Leistungen in Bildgestaltung und Schnitt vergeben. Den Ehrenpreis 2013 erhielt der Kameramann Frank Griebe für seine richtungsweisende Arbeit.

Neben der Prämierung bereits etablierter Bildgestalter zeichnet der Deutsche Kamerapreis auch herausragende Nachwuchsleistungen durch die Vergabe von Förderpreisen aus. Der Deutsche Kamerapreis gilt als die bedeutendste Branchen-Auszeichnung im deutschsprachigen Raum.

[www.deutscher-kamerapreis.de](http://www.deutscher-kamerapreis.de)



# Kooperationen und Partnerschaften

Ob partnerschaftlich in einem der größten Publikumsfestivals der Welt oder kompetent in renommierten internationalen Netzwerken – wir engagieren uns!



### Den Goldenen Bären auf der Spur – die Berlinale in ZDF und 3sat

Die Internationalen Filmfestspiele Berlin sind das wohl größte Publikumsfestival der Welt und bringen jährlich mit rund 400 Filmen eine außergewöhnliche Programmvierfalt in die Kinos der Stadt – und mit ihnen Filmprominente aus aller Welt auf die Roten Teppiche. Mit ihrer Filmauswahl rückt die Berlinale kritische Themen und vor allem Menschenrechtsfragen ins Rampenlicht und hat sich damit international Anerkennung als besonders politisches Filmfestival erworben.

Die im Wettbewerb gezeigten Welt- und internationalen Premieren eröffnen dem Publikum im Kino und am Bildschirm Einblicke in unbekannte Lebenswelten, die im Mainstream-Kino kaum Beachtung finden. Mit ihrem Engagement für unkonventionelle Kinofilme unterstützen die Internationalen Filmfestspiele Berlin Filmschaffende in ihrer Forderung nach der Freiheit der Kunst und sind damit ein kulturelles Aushängeschild für die Bundesrepublik Deutschland.

Das ZDF ist Hauptmedienpartner der Internationalen Filmfestspiele Berlin und stellt mit ausführlicher Fernseh- und Online-Berichterstattung nationale Aufmerksamkeit für das Ereignis her. Höhepunkte der Übertragungen in ZDF und 3sat bilden die Eröffnungsgala und die Verleihung der Goldenen Bären im Berlinale Palast am Potsdamer Platz. Auch die Online-Ausstrahlungen der European Shooting Stars oder die Verleihung des Goldenen Ehrenbären für ein Lebenswerk ziehen viel Aufmerksamkeit auf sich. Eigene Sendungen vor Ort und die Beiträge in den Regelsendungen sowie 3sat-Filmreihen zu ausgewählten Persönlichkeiten oder filmhistorischen Themen begleiten jede Berlinale im ZDF- und 3sat-Programm.

Mit seiner Unterstützung der Berlinale-Filmkultur unterstreicht das ZDF die Bedeutung der vorgestellten Themen und würdigt großartige filmische Umsetzungen und schauspielerische Leistungen. Die seit 2006 bestehende Medienpartnerschaft von ZDF und den Internationalen Filmfestspielen Berlin wurde 2013 um drei weitere Jahre verlängert.

[www.berlinale.de](http://www.berlinale.de)



## International vernetzt

Auch international ist das ZDF als Medienunternehmen präsent, und das nicht nur mit seinen Korrespondentinnen und Korrespondenten in den 18 Auslandsstudios. Seitdem die Entwicklung der Medien die Welt zum globalen Dorf macht, werden internationale Kontakte immer wichtiger.

Schon seit seiner Gründung hat das ZDF kontinuierlich bilaterale Kontakte zu Rundfunksendern in der ganzen Welt aufgebaut. Dazu gehören nicht nur die großen öffentlich-rechtlichen Sender in Europa wie die BBC, France Télévisions oder die RAI, sondern auch Sender in Asien wie NHK Japan und KBS Korea oder der US-Sender NBC. Auch mit Sendern im Nahen und Mittleren Osten, etwa zu Al Jazeera, Al Arabiya, TRT Türkei oder dem israelischen Sender IBA unterhält das ZDF langjährige Kontakte. Derzeit sind es 36 bilaterale Kooperationsverträge mit Fernsehsendern weltweit, die dem ZDF neben seinem eigenen Material Zugang zu Nachrichtenmaterial sowie technische und produktionsmäßige Unterstützung vor Ort ermöglichen. Diese Partnerschaften sind keine Einbahnstraße: so unterstützt das von den Partnersendern genutzte ZDF-Material auch das Bild Deutschlands im Ausland.

Die internationalen Netzwerkverbindungen werden nicht zuletzt durch das Engagement in internationalen Rundfunkorganisationen gestärkt. Seit 1963 ist das ZDF aktives Mitglied der EBU. Im Dachverband der europäischen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten mit Mitgliedern in über 77 Ländern ist das ZDF in allen Gremien und Arbeitsgruppen vertreten. Ebenfalls seit den 60er-Jahren ist das ZDF assoziiertes Mitglied der Asia-Pacific Broadcasting Union ABU. Das Pendant zur EBU im asiatisch-pazifischen Raum ist die Brücke für die Kontakte zu Sendern in dieser Region. Ein weiteres Segment des Netzwerkes internationaler Beziehungen sind die Kontakte zu den in Deutschland vertretenen Botschaften.

Europäischen Institutionen spielen bei der Gestaltung der europäischen Medienpolitik eine immer größere Rolle. Neben seinem Korrespondentenstudio in Brüssel ist das ZDF dort seit 1998 auch mit einem Verbindungsbüro vertreten. Dessen Aufgabe ist es, das ZDF gegenüber den europäischen Institutionen wie Kommission, Parlament und Rat vor Ort zu vertreten.

Das ZDF ist langjähriges Mitglied der Deutschen UNESCO-Kommission (DUK). In diesem Gremium wechseln sich ZDF und ARD als Repräsentanten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in einem vierjährigen Turnus ab. Als Mittlerorganisation der Auswärtigen Kulturpolitik ist die DUK die Koordinierungs-, Verbindungs- und Beratungsstelle in allen Programmbereichen der UNESCO.

Im Rahmen auswärtiger Medien- und Kulturpolitik ist das ZDF auch Partner von Bundesbehörden wie dem Auswärtiges Amt oder dem Bundespresseamt und seinen Mittlerorganisationen, wie etwa dem Goethe-Institut. Des Weiteren beteiligt es sich an Programmen oder Veranstaltungen zum internationalen Dialog und der Medienhilfe. Seit seinem Bestehen hat das ZDF international vielfach Aufbauhilfe für unabhängige Medienstrukturen geleistet. Im Rahmen solcher Projekte arbeitet es auch mit Nichtregierungsorganisationen zusammen, die sich mit ihrer Arbeit für freie und unabhängige Medien engagieren. Darunter sind insbesondere die politischen Stiftungen zu nennen. Regelmäßig werden internationale Gäste und Fachleute in Mainz über das öffentlich-rechtliche Rundfunksystem und seine vielfältigen Aspekte informiert. Im vergangenen Jahr standen besonders zwei Themen im Fokus: die Haushaltsabgabe und wie sich das ZDF mit welchen Angeboten in der digitalen Welt aufstellt, interessierte nicht nur Rundfunkpartner und Institutionen aus Europa, sondern auch Fachleute aus Asien, Afrika und Lateinamerika.

[www.ebu.ch](http://www.ebu.ch)



# Wissen und Praxis

Wenn sich Theorie und Praxis mit eigenem Einsatz und Forschung verbinden, werden Potenziale für die Zukunft entwickelt.



## Forschung in der digitalen Medienwelt

Das ZDF ist eines der vier Mitglieder der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF). Die AGF ist Auftraggeber für die kontinuierliche Reichweitenermittlung, also der Einschaltquoten. Neben dem ZDF gehören die ARD, die RTL-Gruppe und die ProSiebenSAT.1-Gruppe der AGF an. Das ZDF ist damit wesentlich daran beteiligt, eine Markttransparenz für die Akzeptanz der Fernsehsender und ihrer Programme auf dem deutschen Fernsehmarkt herzustellen. Indem die Reichweiten die Akzeptanz der Sender und Sendungen widerspiegeln, kann das ZDF seine Programme besser auf die Zuschauerbedürfnisse ausrichten.

Darüber hinaus führt das ZDF eine Reihe von Studien zur Qualitäts- und Attraktivitätssteigerung seiner Programme durch. In vierteljährlich angelegten Imagestudien ermittelt die ZDF-Medienforschung zentrale Indikatoren zur Senderbindung, zur Genrekompetenz und zum Eigenschaftsprofil im Vergleich zu anderen Anbietern. In einer halbjährlich durchgeführten Markenstudie erkundet die ZDF-Medienforschung den Markenstatus der ZDF-Sendungen im Vergleich zu den Sendungen anderer Sender. In einer im jährlichen Rhythmus absolvierten Moderatorenstudie untersucht die ZDF-Medienforschung die Bekanntheit und Beliebtheit von ZDF-Moderatoren im Vergleich zu Moderatoren anderer Sender.

Um einen Vergleich mit Sende-Inhalten anderer Mitbewerber zu erhalten, leistet die ZDF-Medienforschung zusammen mit der ARD zwei Arten von Inhaltsanalysen: Mit einer jährlich realisierten Programmanalyse werden die Genreanteile des ZDF im Vergleich mit den wichtigsten Wettbewerbern ermittelt. Zusätzlich vergleicht eine inhaltsanalytische Nachrichtenanalyse monatlich das Angebot der ZDF-Nachrichten **heute** und **heute-journal** mit den Sendungen der wichtigsten Konkurrenten.

Das ZDF setzt zusammen mit der ARD im fünfjährigen Rhythmus die Studie Massenkommunikation um. In dieser Studie werden Funktionen des Fernsehens insgesamt und der Fernsehsender im Einzelnen im Vergleich zu anderen Mediengattungen (Hörfunk, Print, Internet) und anderen Fernsehsendern verglichen.

Ebenfalls zusammen mit der ARD realisiert die ZDF-Medienforschung die jährliche Studie zur Online-Nutzung. Die Online-Reichweitenstudie kommt hinzu, in der die Akzeptanz der Medienangebote ermittelt wird.

Die ZDF Medienforschung führt darüber hinaus Studien zur Akzeptanz und zur Wahrnehmung großer Fernsehevents durch: zu Bundestagswahlen, Olympischen Spielen, Fußball-Welt- und -Europameisterschaften.

Bei alledem kooperiert die ZDF-Medienforschung mit der universitären Wissenschaft und pflegt den Kontakt zu Einrichtungen der Markt- und Medienforschung. Sie arbeitet vor allem mit dem Hans-Bredow-Institut an der Universität Hamburg zusammen.

[www.agf.de](http://www.agf.de)

## Vergangenes für die Zukunft erhalten: Das europäische Filmerbe

Als im November 2013 eine Petition der Arbeitsgemeinschaft Dokumentarfilm und namhafter Filmhistoriker zur Rettung des Filmerbes veröffentlicht wurde, kam ein Thema in die Öffentlichkeit, von dem bisher nur Spezialisten wussten: Dass nämlich das europäische Filmerbe bald nicht mehr zu sehen sein könnte, weil es sich materialbedingt zersetzt, und dass ein beherzter Schritt für eine Sicherung der Filmbestände dringend notwendig wäre. In der Tat hat Film, diese moderne Erfindung und siebte Kunst des 20. Jahrhunderts, eine extrem kurze Lebensdauer: knapp 50 Jahre für Azetatfilm und rund 100 Jahre für den hoch entflammbaren Nitratfilm, auf dem alle Stummfilme gedreht wurden.

### Bestandssicherung

Diese Tradition lebt in der Arbeit der ZDF/ARTE-Filmredaktion fort, die die Zusammenarbeit mit den Archiven noch weiter gefestigt hat. Der deutsch-französische Kultursender bietet dafür ideale Rahmenbedingungen. Als einziger europäischer Fernsehsender pflegt ARTE einen regelmäßigen Sendeplatz für Stummfilme und hat es sich zur Aufgabe gemacht, historische Filme möglichst nur in restaurierten Fassungen zu zeigen, womit der Druck auf die Lizenzgeber entsteht, sich sorgfältiger als gemeinhin üblich um ihre Filmbestände zu kümmern. Viele von Filmarchiven geplante Restaurierungsprojekte wurden durch Koproduktionen mit ZDF/ARTE oder ARTE-France erst realisierbar, weil ein Teil der Lizenzen zur Finanzierung der Filmsicherung verwendet wurden.

Warum die Betonung von Restaurierung, wenn es um die Filmgeschichte geht? Der Grund liegt in der Materie selbst: Abgesehen von der begrenzten Haltbarkeit von Nitrofilm, der nach 100 Jahren Schichtablösungen aufweist und sich dann einfach zersetzt, haben nur wenige Schätze der Frühzeit wirklich überlebt – vom deutschen und US-amerikanischen

Stummfilmbestand sind es rund 15 Prozent. Viele Filmkopien wurden eingeschmolzen, um wertvolles Silbernitrat zurückzugewinnen. Andere Kopien wurden in der Stummfilmzeit oder unter dem Druck diktatorischer Regierungen zensiert, gekürzt und verstümmelt. Vor diesem Hintergrund wird verständlich, warum Filmrestaurierungen so aufwendig und zugleich unverzichtbar sind. Nur durch eine systematische Sichtung sämtlicher Materialien werden zensierte Geschichten wieder logisch oder auch brisant, erst durch Restaurierungen kommt die herausragende künstlerische Qualität der Kameraarbeit in den Blick und kehren schwarz-weiß überlieferte Filme zu ihrer originalen Farbigkeit zurück. Man will sich die Sixtinische Madonna auch nicht in einer Fotokopie anschauen, sondern die Aura des Originals erleben – warum dann nicht beim Film?

### Stumm waren vielleicht die Filme, das Kino nie

In punkto Original-Anschauung führt der monatliche Stummfilm-Sendeplatz auf ARTE, der 1995 anlässlich des Jubiläumsjahrs »100 Jahre Film« installiert wurde, regelmäßig den ganzen Reichtum des frühen Kinos vor Augen: Bisher liefen rund 250 Stummfilme, viele davon als Eigen- oder Koproduktionen, da für die Sendungen oftmals neue Musiken zu den frisch restaurierten Stummfilmen eingespielt werden, insgesamt waren es über 100 Neueinspielungen, von denen die ZDF/ARTE-Filmredaktion rund 60 produzierte. Diese Redaktion engagiert sich auch für Rekonstruktionen historischer Filmmusik und hat dafür ein gut funktionierendes Netzwerk mit führenden deutschen Sinfonie- und Opernorchestern entwickelt, wie mit dem Rundfunk-Sinfonieorchester Berlin, dem hr-Sinfonieorchester, der Staatskapelle Dresden oder dem WDR-Rundfunkorchester. Fast 30 neu eingespielte, historische Originalmusiken sind das Ergebnis dieser einmaligen Zusammenarbeit.



Szene aus »Das Cabinet des Dr. Caligari«

### Zurück auf die Bühne

Mit Live-Aufführungen großer Stummfilme macht sich ARTE zudem den aktuellen Trend der Filmkonzerte zu Nutze und stiftet selbst Repertoire-Projekte, denn es geht nicht nur ums Sichern, sondern auch ums Sichtbarmachen dieser Schätze aus der frühen Film- und Musikgeschichte. Allein der **Rosenkavalier** ist in den vergangenen fünf Jahren zwölfmal an führenden Opern- und Konzerthäusern im In- und Ausland aufgeführt worden, der weltweite Boom von **Metropolis** mit der von ZDF/ARTE koproduzierten Originalmusik sei ebenfalls erwähnt. Eine Reihe namhafter Festivals und Veranstaltungshäuser schätzt die Zusammenarbeit mit der ZDF/ARTE-Filmredaktion, die auf der Berlinale regelmäßig ihre aktuellen Projekte vorstellt – so zuletzt im Februar 2014 in der Berliner Philharmonie: **Das Cabinet des Dr. Caligari** mit dem renommierten New Yorker Musiker John Zorn an der Orgel.

Eine weitere Form, dem Filmerbe zu neuer Sichtbarkeit zu verhelfen, sind die Übertragungen der von ZDF/ARTE vorbereiteten Filmkonzerte im ARTE Live Web. Das Publikum erlebt dort eine neue Art der Filmpräsentation, die gleichermaßen die Live-Musik wie auch die Filme vorstellt.

### Aktuelle Projekte und Perspektiven

Das Programmjahr 2014 bietet ein umfangreiches Stummfilmprogramm zum Ersten Weltkrieg und im Herbst die Wiederaufführung eines pazifistischen Filmklassikers: **J'accuse**, ein Film des französischen Meister-Regisseurs Abel Gance, der 1918 noch auf den Schlachtfeldern in der Nähe von Verdun diesen zweiseitigen Film gedreht hat.

Thematisch damit zusammenhängend steht eine Initiative, die als Beispiel für den Einsatz digitaler Techniken zur Sicherung des audiovisuellen Erbes dient: European Film Gateway 1914, eine Digitalisierungsinitiative des Deutschen Filminstituts, das in Zusammenarbeit mit europäischen Filmarchiven fast 650 Stunden historisches Filmmaterial aufbereitet hat und online sichtbar macht. Die Sammlung umfasst nicht nur alle Phasen und Schauplätze des Weltkriegs, sondern deckt von der Wochenschau bis zum Antikriegsdrama alle Genres ab und zeigt eindrücklich, wie Film gleichermaßen als Mittel der Propaganda wie der Aufklärung eingesetzt werden kann. Eine Reihe dieser Funde werden auch im ARTE Stummfilmprogramm zu sehen sein.

[www.arte.tv](http://www.arte.tv)

## Wissenschaft trifft Praxis – vielfältige Partnerschaften

Ob aktuelle und künftige Medientechnologien, ob zeitgemäße und kreative Inhalte oder praxisrelevantes Management-Know-how – das ZDF setzt in diesen Feldern auf einen partnerschaftlichen Austausch mit renommierten Institutionen. Diese tragen als Kompetenzträger mit ihrer Expertise aus theoretischer und praktischer Perspektive zu einem Wissenstransfer bei, der durch konstruktive Interaktion geprägt ist. Dieser Austausch findet in beide Richtungen statt. Neben der individuellen Förderung von fachspezifischen Hochschulen, Fakultäten oder Instituten ist das ZDF Mitglied in den relevanten Verbänden sowie in einer Reihe internationaler öffentlich-rechtlicher Organisationen.

Viele Mitarbeiter des ZDF unterstützen Hochschulen, Handelskammern und andere Institutionen in Form ehrenamtlicher oder nebenberuflicher Tätigkeiten. Das ZDF ist offen für die zahlreichen verschiedenen Forschungsprojekte, die an das Unternehmen herangetragen werden. Es bietet Praktika und Hospitanzen in den Programm-, Produktions- und Managementbereichen, es hilft bei Abschlussarbeiten ebenso wie bei Anfragen von interessierten Organisationen oder Einzelpersonen.

### Ausgewählte Partner des ZDF sind

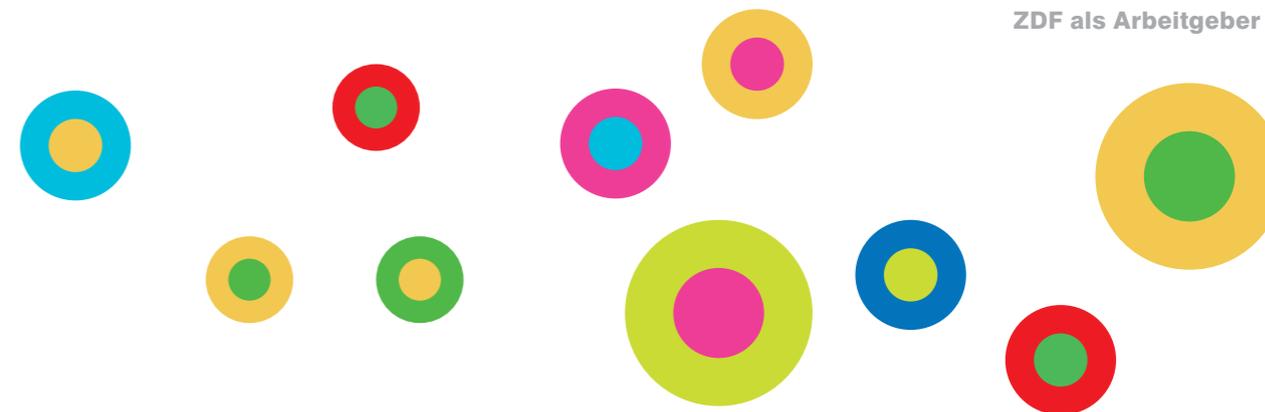
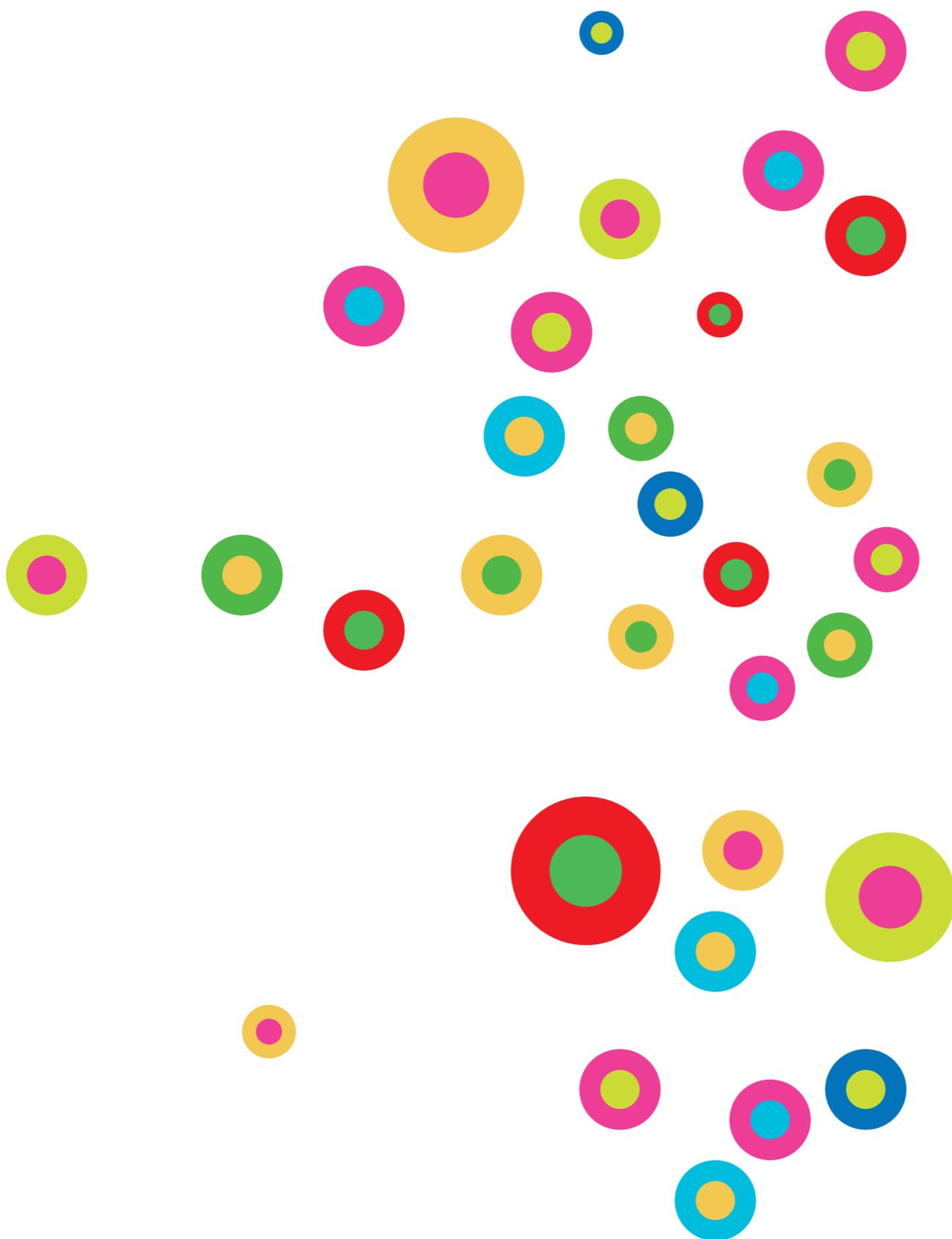
- Institut für Rundfunktechnik GmbH (IRT)
- Nationale HDTV-Plattform Deutschland
- Forschungsgemeinschaft Funk e.V.
- Museum für Deutsche Fernsehgeschichte e.V.
- European Project for Digital Video Broadcasting (DVB)
- European Broadcasting Union (EBU)
- Asia-Pacific Broadcasting Union (ABU)
- Union Radio URTNA/TV Afrique
- Southern African Broadcasting Association
- Ifs Internationale Filmschule Köln GmbH
- Deutsche Film- und Fernseh-Akademie, Berlin
- Hochschule für Fernsehen und Film, München
- Mainzer Medieninstitut e.V.
- Deutsches Institut für Filmkunde, Frankfurt am Main
- Institut für Medien- und Kommunikationspolitik, Berlin
- Bayerische Akademie für Fernsehen e.V., Unterföhring
- Hans-Bredow-Institut für Rundfunk und Fernsehen, Hamburg
- Haus des Dokumentarfilms – Europäisches Medienforum, Stuttgart
- Deutsche Journalistenschule, München
- Studiengang Populärmusik an der Hochschule für Musik und Theater, Hamburg
- Institut für Urheber- und Medienrecht, München
- Grimme-Institut, Gesellschaft für Medien Bildung und Kultur mbH, Marl
- Deutscher Bühnenverein, Köln
- Deutsche Akademie der darstellenden Künste, Darmstadt
- EMR Institut für Europäisches Medienrecht, Saarbrücken

**Wissenschaft und Forschung sind unverzichtbar, wenn es darum geht, neue Erkenntnisse aus unterschiedlichen Bereichen und Disziplinen für das ZDF fruchtbar zu machen.**



## ZDF als Arbeitgeber

Wir verstehen »Recruiting«, »Employer Branding« oder »Work-Life-Balance« ganz handfest. Wir wollen besonders attraktiv für unsere Beschäftigten sein.



### Vielfalt macht kreativ

Diversity umfasst ganz unterschiedliche Lebensbereiche, junge ebenso wie alte Menschen, Männer ebenso wie Frauen, Menschen mit und ohne Behinderung. Vielfalt umfasst religiöse und weltanschauliche Themen, handelt von sexueller Orientierung und Identität, von ethnischer Herkunft oder der Zugehörigkeit zu einer Minderheit. Es geht darum »Anders Sein« als Chance zu begreifen. In diesem Sinne gilt es die unterschiedlichen Talente zusammenzubringen, zu nutzen und daraus ein vielfältiges, gelebtes, vorurteilsfreies und wertschätzendes Miteinander im Unternehmen zu entwickeln. Dies spiegelt sich auch in den Beziehungen zu den Partnern des ZDF und in den vielseitigen Programmangeboten an die Zuschauer wider.

Mit der Unterzeichnung der »Charta der Vielfalt« hat sich das ZDF auf diese Grundsätze verpflichtet. Es garantiert, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das frei von Vorurteilen und Ausgrenzung ist. Es soll eine offene Unternehmenskultur etabliert werden, die auf Einbeziehung basiert und von gegenseitigem Respekt geprägt ist. Alle Mitarbeiter sollen Wertschätzung erfahren – unabhängig von Geschlecht, Nationalität, ethnischer Herkunft, Religion oder Weltanschauung, Behinderung, Alter, sexueller Orientierung und Identität. Das ZDF hat diese Verpflichtung als explizites Unternehmensziel in seine Steuerungssystematik aufgenommen: »Vielfalt zu praktizieren ist eine Querschnittsaufgabe für Programm und Personal. Sie ist ein Wettbewerbsfaktor und bereichert die gemeinsame Arbeit. Die Nutzung dieser Potenziale – auch vor dem Hintergrund knapper

Ressourcen – und das Verständnis für den Umgang mit anderen Kulturen wird nach innen und außen transparent gemacht.«

Das ZDF ist vielfältig! Vielfalt begegnet den Mitarbeitern des ZDF in mannigfaltiger Form und bildet sich täglich in seinem Programm ab. Auch wenn Vielfalt schon lange zum Selbstverständnis des Senders und zur Lebenswirklichkeit seines Publikums gehört, ist sie noch lange nicht selbstverständlich.

Parallel zur bundesweiten Aktion des Deutschen Diversity-Tages fand am 3. Juni 2014 im ZDF der erste Aktionstag zum Thema Vielfalt statt. Alle interessierten Mitarbeiter konnten mitmachen und beteiligten sich zahlreich an Foto- und Mal-Aktionen. In einem Diversity-Workshop wurden zudem neue kreative Ideen entwickelt und daraus konkrete Projekte abgeleitet: So soll das »Überzeugen für mehr Vielfalt im Team« als Führungsaufgabe weiterentwickelt werden, während das »Zeig Deine Fähigkeiten«-Projekt die vielfältigen Begabungen fördern will, die am Arbeitsplatz noch nicht umfassend zum Einsatz kommen. Und hinter »TVersity« verbirgt sich der Ansatz, die sprachlich-kulturellen Kompetenzen der verschiedenen Mitarbeiter über die jeweiligen Redaktionsgrenzen hinaus in die Programmarbeit einzubringen. Der ZDF-Diversity-Tag hat gezeigt, wie vielfältig die ZDF-Mitarbeiterschaft schon ist und wie deren Arbeit noch erfolgreicher wird, wenn die vorhandenen Potenziale und Talente bewusst gefördert und genutzt werden.

[www.charta-der-vielfalt.de](http://www.charta-der-vielfalt.de)

**Dafür zu sorgen, dass die Kolleginnen und Kollegen Beruf und Familie miteinander vereinbaren können, heißt für uns, ganz individuell Angebote zu ermöglichen.**

### Beruf und Familie – das passt zusammen

Das ZDF fördert flexibel unterschiedliche Angebote, die der Unterstützung individueller Lebenspläne dienen. Das reicht von der Beurlaubung zur Kleinkinderbetreuung oder aus anderen familiären Gründen über Krippenplätze, Kindergarten, Hort und Kinderferienbetreuung bis hin zur Reintegration nach längerer Familienpause oder durch die Sozialberatung von Familien. Die Akzeptanz von Teilzeit- und Telearbeitsregelungen dokumentiert dabei eine Teilzeitquote von etwa 20 Prozent bezogen auf die gesamtbeschäftigten Mitarbeiter. Die Möglichkeiten der Vereinbarkeit von Beruf und Familie sind durch eine Reihe von Dienstvereinbarungen sowie Tarifverträgen im ZDF fest verankert. Auch für die freien Mitarbeiter wurden im Zusammenhang mit Mutterschutz und Elternzeit Vereinbarungen getroffen.

Mit den Tarifpartnern konnten daneben unterstützende Regelungen zur Pflege von Angehörigen sowohl durch Freistellungszeiten für die Langzeitpflege als auch Regelungen zur bezahlten Freistellung bei Kurzzeitpflege vereinbart werden.

Das ZDF hat gemeinsam mit den Tarifpartnern einen Sozialfonds eingerichtet. Dieser wird aus Erlösbeteiligungen gespeist, die der Mitarbeiterschaft aus der Rechteverwertung gegenüber Dritten zustehen. Mit dem Sozialfonds kann das ZDF einzelne Mitarbeiter in Not unterstützen und spezifische Projekte umsetzen, etwa solche der Familienförderung. Hierbei handelt es sich vor allem um Maßnahmen im Zusammenhang mit der Kinderbetreuung, wie die Erweiterung der Öffnungszeiten des Kindergartens, die Einrichtung weiterer Krippenplätze und Betreuungsmöglichkeiten von jüngeren Schulkindern während der Schulferien.

Mit Unterstützung des Sozialfonds wurde im Jahr 2012 ein Eltern-Kind-Zimmer eingerichtet. Es bietet Eltern die Möglichkeit, in Fällen kurzfristiger Betreuungseingpässe, beispielsweise aufgrund der Erkrankung des Kindes, der Tagesmutter oder sonstiger Betreuungspersonen, das Kind zu betreuen und dennoch beruflichen Verpflichtungen nachzukommen.

Im April 2014 wurde ein Multifunktionshaus eröffnet. Dort werden verschiedenen Angebote des betrieblichen Gesundheitsmanagements und Seminare zur Teamorientierung realisiert, die allen Mitarbeitern zugute kommen. Neben der Oster- und Sommer-Ferienbetreuung für Mitarbeiterkinder und Veranstaltungen der ZDF-Sportgruppe können dort auch Danach-Treffs der ZDF-Pensionäre oder Weihnachtsfeiern stattfinden.



Seit April 2014 steht den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des ZDF ein Multifunktionshaus für unterschiedliche Aktivitäten zur Verfügung.



## Ins Leben investieren – Ausbildung als Fundament

In den zurückliegenden beiden Jahren wurden im ZDF jeweils rund 1.700 Ausbildungsangebote betreut, genutzt von Auszubildenden, Hospitanten, Praktikanten und Volontären. Schon daran zeigt sich, wie vielfältig das ZDF der Verpflichtung nachkommt, über die Ausbildung kompetenten Nachwuchs zu sichern. Vor dem Hintergrund des Rückgangs der Bewerberzahlen für Lehrstellenangebote und aufgrund des vorübergehenden Einstellungsstopps im Jahr 2011 im Zusammenhang mit den Einsparvorgaben der KEF (Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs) bildet auch das ZDF seit 2013 stärker bedarfsorientiert aus.

2014 erfolgte die Ausschreibung der insgesamt acht Plätze des 18-monatigen Redaktionsvolontariats, welches im Februar 2015 beginnt. Die theoretische Ausbildung findet überwiegend im Sendezentrum Mainz statt. Zusätzlich stellt das ZDF Traineeplätze und Praktika zur Verbesserung der Ausbildungschancen zur Verfügung. Im Einzelfall übernimmt das Unternehmen auch sogenannte Patenschafts-Ausbildungen sowie Ausbildungssicherungen für Nachwuchskräfte, deren Betrieb den Ausbildungsplatz auflösen musste.

Das ZDF berücksichtigt benachteiligte oder schwerbehinderte Auszubildende und bietet Reintegrationsmaßnahmen für Frauen, die aus der Familienpause in den Beruf zurückkehren. Das ZDF hat in den vergangenen Jahren neue Ausbildungen gemeinsam mit Bundes- und Landesinstitutionen entwickelt und angeboten, wie zum Beispiel Mediengestalter, Fachinformatiker, Kaufmann und Kamerafrau für audiovisuelle Medien sowie Fachkraft für Veranstaltungstechnik.

Zudem ist die Einrichtung eines Medienprojektes unter Beteiligung der Johannes-Gutenberg-Universität, der Fachhochschule Mainz, der Industrie- und Handelskammer Mainz, der Verwaltungs-Akademie und des Landes Rheinland-Pfalz geplant, das zusätzlich eine zukunftsfähige Bildungsstruktur mit einer systematischen Anpassung der Medienberufe gewährleisten soll. Über all dieses hinaus ermöglicht das ZDF Ausbildungskooperationen mit anerkannten Bildungsinstitutionen, nutzt Ausbildungsmessen sowie Betriebsbesuchsaktionen im Rahmen der Fortbildung der staatlichen Berufsberatung und praxisorientierte Volontariate in den Landesbehörden.

[www.ausbildung.zdf.de](http://www.ausbildung.zdf.de)



len Sicherung der freien Mitarbeiter dienen. So ist auch dort ein Aufgabenschwerpunkt im Rahmen der Personalentwicklung festgelegt.

Mit Blick auf die sich verändernde Medienlandschaft und die damit einhergehenden Änderungen von Herstellungsprozessen, verbunden mit angepassten Voraussetzungen und Anforderungen an Produktionstechnikmitarbeiter, wurde speziell für Mitarbeiter der Produktionsdirektion eine zertifizierte Weiterbildungs- und Anpassungsqualifizierung entwickelt. Darüber hinaus wurde zur Gewinnung qualifizierter Nachwuchsingenieure ein 20-wöchiges produktionsstechnisches Praxissemester durchgeführt.

Um stärker fachbereichsübergreifende Fortbildung zu gewährleisten, wurden sowohl die Dienstvereinbarung Fort- und Weiterbildung als auch der Bildungsurlaubstarifvertrag novelliert.

Neben den betrieblich angebotenen Fortbildungsaktivitäten unterstützt die gemeinsam von ARD und ZDF getragene ARD.ZDF Medienakademie einen wesentlichen Teil der Fortbildung.

Aufgrund der steigenden Nachfrage nach individueller Personalentwicklung wurde das sogenannte Kompetenzmodell auf die Erfordernisse eines öffentlich-rechtlichen Rundfunksenders angepasst. Das Kompetenzmodell ist ein ZDF-weit einheitlich anwendbares Personalentwicklungsinstrument, das die Anforderungen aus ZDF-Strategie und Zielen in konkrete Kompetenzen auf Fachbereichsebene und den aktuellen Arbeitsplan übersetzt und ein Bindeglied zwischen Unternehmensstrategie und der operativen Personalentwicklung darstellt.

Das Erlernen des Medien-Know-hows wird im ZDF früh gefördert, unter anderem im Rahmen des »Girls' Day«

## Arbeiten. Mit Sicherheit!

Das ZDF engagiert sich im Arbeitskreis der Sicherheitsingenieure ARD/ZDF, um Parameter für die Arbeitsplatzgestaltung im Allgemeinen zu erarbeiten, insbesondere in der Veranstaltungstechnik. In Zusammenarbeit mit der Verwaltungs-Berufsgenossenschaft ist es gelungen, Teile der »Richtlinien für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz ARD/ZDF« als Berufsgenossenschaftliche Informationen (BGI) herauszugeben und somit vorbildliche Arbeitsweisen als Branchenstandard zu definieren. Im Jahr 2011 wurden die BGI 811 »Arbeitssicherheit in Übertragungsfahrzeugen« und die Unfallverhütungsvorschrift »Pyrotechnik und andere szenische Effekte« vereinbart. Die Unfallverhütungsvorschrift für »besondere szenische Darstellung« erfolgt voraussichtlich Ende 2014.

Entscheidend ist die kontinuierliche Anpassung des Arbeitsschutzes an neue Technologien. Deren Einbettung in den Produktionsablauf, etwa durch HDTV, virtuelle Studios, Roboterkamerasysteme und Ähnliches mehr, erfordert eine Anpassung des Arbeitsschutzes. Es treten neue Belastungen und Gefährdungen auf, die es so im bisherigen Studiobetrieb nicht gab. Auch werden neue Anforderungen an Sachkundige und Sachverständige gestellt. Dies erfordert eine Verknüpfung von Ressourcen aus dem bestehenden Betrieb mit Erfahrungen aus Forschung und Entwicklung.

Aufgrund der hohen Verzahnung von verschiedenen Dienstleistern arbeitet das ZDF mit Vertretern der Branche zusammen (etwa Mitarbeit im Deutschen Institut für Normung) und unterstützt die Ausbildung innerbetrieblich und extern (etwa Kooperation mit der Industrie und Handelskammer), um im Arbeitsschutz branchenübergreifend gemeinsame Schutzziele zu definieren und zu erreichen.

Für die Gefährdungsbeurteilungen ist es erforderlich, das von der Gesellschaft akzeptierte Grenzniveau zu ermitteln. Häufig hängt jedoch die Höhe des Risikos von mehreren Faktoren ab. Das Arbeitsschutzmanagement hat in Zusammenarbeit mit anderen Experten maßgeblich dazu beigetragen, dieses Grenzniveau durch Verknüpfung von Gefährdungsfaktoren bestimmbar zu machen.



Entscheidend ist die kontinuierliche Anpassung des Arbeitsschutzes an neue Technologien

## Betriebliches Gesundheitsmanagement

Zu einem gesunden Unternehmen gehören gesunde Mitarbeiter. Unter dem Dach des Betrieblichen Gesundheitsmanagements bietet das ZDF ein ganzheitliches Programm, das die Gesundheit und das Wohlbefinden aller ZDF-Mitarbeiter in den Mittelpunkt stellt. Vielfältige Angebote sind darauf ausgerichtet, eine positive Work-Life-Balance zu unterstützen, auch in einem Alltag, der von vielfältigen Anforderungen geprägt ist. Hierfür stehen Beratungsangebote, Maßnahmen zur Familienfreundlichkeit, Gesundheitsaktionen sowie Sport-, Entspannungs- und Workshop-Angebote zur Verfügung.

Das ZDF zeigt sich mit seinem betriebsärztlichen Dienst, seinen Maßnahmen zum Gesundheitsschutz und zur Gesundheitsprävention, mit seinen Angeboten der Sportgruppe, mit seinem internen Fitnessbereich ZDFmove sowie mit seiner Sozial- und Schuldnerberatung vielfältig engagiert. Gerade für ein Unternehmen, dessen Produktionsbetrieb rund um die Uhr läuft, werktags wie auch an Wochenenden und Feiertagen, ist es notwendig, präventiven und begleitenden Gesundheitsschutz zu gewährleisten.

So wird in den Arbeitszeit-Regelungen besonderen Wert auf Gesundheitsschutz-Aspekte gelegt, etwa beim Nachtdienst über die Regelungen des Arbeitszeit-Gesetzes hinaus.

Ein besonderes Augenmerk gilt auch der Gesundheitsprävention durch periodische Veranstaltungen von Gesundheitstagen in Kooperation mit den Krankenkassen. Die Gesundheitstage widmeten sich im Jahr 2013 der Stressbewältigung, den Sinnesorganen, der Raucherentwöhnung und der Herzgesundheit. Daneben gab es vielfältige Workshops und Seminare, etwa zu Themen wie »Aktiv mit Stress umgehen, Burnout vorbeugen« und »Standortbestimmung 50+«, die das Angebot zur Gesundheitsförderung und den Ausbau des Gesundheitsmanagements ergänzten.

**»Ein umfassendes betriebliches Gesundheitsmanagement beinhaltet die bewusste Steuerung und Integration aller betrieblichen Prozesse mit dem Ziel, die Gesundheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu fördern und zu erhalten.«**

Bundesministerium für Gesundheit

Frühzeitige Gripeschutzimpfungen, begleitende Beratung durch den betriebsärztlichen Dienst in der Zentrale und in den Studios, die Beauftragung von Mitarbeitern als Sanitätshelfer sowie Arbeitsplatzbegehungen inklusive Beratung, Behandlung und Diagnose – all dies dient den gesundheitlichen Belangen der Mitarbeiter. Hinzu kommen Lebensberatungen, die Betreuung schwer erkrankter Mitarbeiter durch Krankenbesuche sowie die Leitfäden für Mütter und Familien, für Kinder- und Altersbetreuung.

Die Dienstvereinbarung »Suchtmittelmissbrauch« trägt darüber hinaus den gesundheitsfürsorglichen Erwägungen Rechnung. Ein Suchtbeauftragter, Suchtkrankenhelfer sowie ein Suchtausschuss ergänzen den vorgegebenen Verfahrensweg beim Umgang mit Abhängigen und Gefährdeten.

Eine neue Broschüre über die gesamten Maßnahmen des betrieblichen Gesundheitsmanagements und über das familienfreundliche Unternehmen gibt den Mitarbeitern einen umfassenden Überblick über die zur Verfügung stehenden Möglichkeiten.

2013 wurden zahlreiche Maßnahmen zu einer weiteren Optimierung des Themas Gesundheitsmanagement eingeleitet und zum Teil bereits umgesetzt. Der Ausbau und die Optimierung des Gesundheitsmanagements im ZDF ist wichtiger Bestandteil, um den Herausforderungen des demografischen Wandels begegnen zu können.



»Ein Schwerpunkt in der Diskussion um Inklusion ist die Teilhabe von Menschen mit Behinderungen. Im Alltag nimmt man sie eher selten wahr: Menschen, die im Rollstuhl fahren, sich mit Blindenstock orientieren oder in Gebärdensprache unterhalten«

Aktion Mensch 2014

### Barrierefrei Fernsehen vor Ort erleben

Das Thema Barrierefreiheit spielt sowohl im ZDF-Sendezentrum als auch bei Hallen- und Open-Air-Veranstaltungen eine große Rolle. In der Planungsphase und auch vor Ort achtet das ZDF auf entsprechende Zugänge, Rollstuhlplätze, Behindertentoiletten, Fahrstühle sowie Evakuierungswege für den Ernstfall.

Für fast alle ZDF-Veranstaltungen stehen Rollstuhlplätze zur Verfügung, die Anzahl variiert je nach Veranstaltungsort. Diese Plätze werden kostenfrei angeboten, die Begleitpersonen zahlen den regulären Preis der zugehörigen Kategorie. Sobald neue Sendeformate mit Publikum anstehen, wird beim jeweiligen Veranstalter oder Auftragsproduzenten dafür gesorgt, dass auch Rollstuhlplätze vorgesehen sind. Bei den vom ZDF betreuten Veranstaltungen wird in der Regel eine Person abgestellt, die sich ausschließlich um die Betreuung der Rollstuhlfahrer kümmert.

Das Gelände im Sendezentrum auf dem Mainzer Lerchenberg ist zwar noch nicht völlig barrierefrei, Rollstuhlfahrer und Gehbehinderte können aber auf Rampen oder Fahrstühle ausweichen. Behindertengerechte Toiletten sind ebenfalls auf dem Gelände vorhanden. Bei Besuchergruppen mit geistigen Beeinträchtigungen werden die Erläuterungen der Besucherbetreuer individuell darauf ausgerichtet. Für die bessere Hörverständlichkeit hält das ZDF seit Herbst 2013 sogenannte »Audio Guides« bereit: die Erläuterungen der Besucherführer können auf Wunsch so direkt auf Kopfhörer übertragen werden. Das Konferenzzentrum des ZDF ist komplett barrierefrei. Auf dem weitgehend barrierefreien Gelände des Sendezentrums in Mainz gibt es regelmäßige Besucherführungen für Menschen mit körperlichen oder geistigen Einschränkungen. Im Jahr 2013 waren es insgesamt 49 Gruppen mit 851 Teilnehmenden.

### Rollstühle Produktion und Produktionsort

- ✓ **Die Anstalt** München, ARRI Studio
- ✓ **aspekte** Berlin, Zollernhof
- **Die Küchenschlacht** Hamburg, Phönixhof
- ✓ **heute-show** Köln, Schanzenstraße
- ✓ **Lafer! Lichter! Lecker!** Hamburg, Phönixhof
- ✓ **log in – Die Diskussion** Berlin, Zollernhof
- ✓ **Markus Lanz** Hamburg, Phönixhof
- ✓ **maybrit illner** Berlin, Zollernhof
- ✓ **nate light** Köln, nobeo Studio 3
- ✓ **neo Magazin** Köln, btf GmbH
- ✓ **Pelzig hält sich** München, ARRI Studio
- **Topfgeldjäger** Hamburg, Phoenixhof
- ✓ **Dein Song** Köln, MMC Studios
- ✓ **Rach tischt auf!** Hamburg, Fischauktionshalle
- ✓ **Stars von morgen** Berlin, Kulturbrauerei
- ✓ **das aktuelle sportstudio** Mainz, ZDF, Studio 3
- ✓ **Fernsehgarten** Mainz, ZDF, Fernsehgartengelände
- ✓ **hallo Deutschland** Mainz, ZDF, Studio 3
- ✓ **Wetten, dass..?** diverse Hallen
- ✓ **Willkommen bei Carmen Nebel** diverse Hallen



## Kreativität auf Knopfdruck? Ideen und Innovationen kann man fördern!

### Programm-Innovationen

Die wichtigste Ressource eines Medienunternehmens ist Kreativität. Ideen und Innovationen sind das, was das ZDF für ein erfolgreiches Programm benötigt.

ZDFneo veranstaltete 2013 zum dritten Mal den Ideenwettbewerb **TVLab**. Dabei werden Produzenten aufgerufen, Sendungskonzepte einzureichen. Eine Jury wählt daraus die besten aus, für die dann eine Pilotfolge produziert und in ZDFneo ausgestrahlt wird. Die Zuschauer können im Internet die einzelnen Folgen bewerten und entscheiden somit darüber, welches Sendungskonzept in die Staffelproduktion geht.

Das Gewinnerformat des TVLabs 2013 war **Tohuwabohu**. Die Ausstrahlung von insgesamt vier Folgen ist für August 2014 geplant. In jeder Folge gehen zwei Prominente zwei Tage lang in einen Wettstreit. Wer von ihnen kommt besser an bei einer Gruppe wilder, lauter und lustiger Mädels und Jungs? Wer hat das bessere Händchen, Kinder zu motivieren, wer kann sie besser unterhalten? Am Ende entscheidet die Jury – und das sind die Kinder höchstpersönlich –, welcher Promi der Bessere war.

Der Gewinn, 1000 Euro, fließt in ein Kinderhilfsprojekt, das der Sieger benennt. **Die Kaminkis** als fiktionales, komödiantisches Programm über Brüder, die ein Bestattungsunternehmen betreiben, kamen auf den zweiten Platz und werden aufgrund der Originalität und Komik in sechs Folgen produziert.

Auch 2014 gab es eine neue Ausgabe des TVLab, das diesmal ganz im Zeichen der Fiktion stand. Mit dem TVLab wird ZDFneo seiner Rolle als Innovationsmotor der ZDF-Familie gerecht, dem es über diese Experimentierplattform gelingen kann, Trends im fiktionalen Bereich aufzuspüren.

Einen weiteren Ideenwettbewerb veranstaltete das ZDF unter dem Titel **Show Up**. Dazu wurden Young Professionals aus der Branche aufgefordert, ihre Showideen einzureichen. Aus 50 Konzepten wurden die originellsten ausgewählt, deren Entwickler ihre Projekte präsentieren konnten. Das Projekt des Gewinners Raphael Selter für eine Celebrity-Show mit dem Titel **Mein Auto, mein Haus, mein Leben** wurde mit ihm professionell weiterentwickelt.

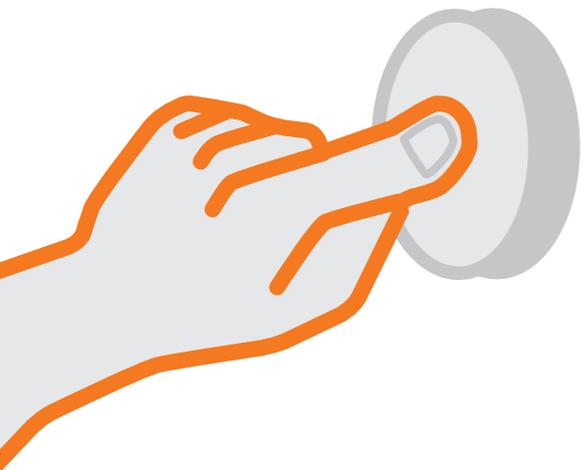
Zu den Bundes- und Landtagswahlen 2013 wurde erstmals der **#ZDFcheck** präsentiert. Ein Team aus TV- und Online-Redakteuren, Grafikern und Archivaren überprüfte den Wahrheitsgehalt politischer Aussagen im Wahlkampf. So waren zum einen die Nutzer direkt am Check beteiligt (Crowdsourcing). Zum anderen konnte jeder Check in seinem Ablauf transparent in allen seinen Fortschritten verfolgt werden. Auch vor der Europawahl 2014 kam der **#ZDFcheck** zum Einsatz. Mithilfe innovativer Techniken wie Datenvisualisierungen wurde dabei beispielsweise der Einfluss von Lobbyisten auf die (Europa-)Politik verdeutlicht.

### Betriebliches Vorschlagswesen

Über das Programm hinaus fördert das ZDF auch umfassend das kreative Potenzial aller Mitarbeiter im Rahmen eines betrieblichen Vorschlagswesens. Verbesserungsvorschläge und Erfindungen werden beim »Ausschuss für Erfindungen und Verbesserungsvorschläge« eingereicht und von dort an die zuständigen Bereiche weitergeleitet. Ein Erfinderberater berät das ZDF und alle Mitarbeiter in den Fragen, die sich auf Erfindungen und Verbesserungsvorschläge beziehen. Nach Eingang aller Bewertungen prüft der Erfinderausschuss, ob die Voraussetzungen zur Anerkennung als Verbesserungsvorschlag vorliegen und erarbeitet bei positivem Ergebnis einen Vorschlag zur Höhe der Prämie, über die abschließend der Intendant entscheidet. Eingehende Verbesserungsvorschläge werden auch auf ihre allgemeine Anwendbarkeit und ihre patentrechtliche Schutzwürdigkeit geprüft. Ergebnisse dabei Ansätze für eine Patent- oder Gebrauchsmusteranmeldung schaltet das ZDF einen externen Patentanwalt ein, der die weiteren notwendigen Schritte für eine Patentanmeldung unternimmt.

Ein nachhaltiger Verbesserungsvorschlag aus dem Jahr 2013 betrifft das Verpackungsmaterial für den Warenversand von empfindlichem und wertvollem Equipment. Mit einer speziellen Maschine können individuelle Schaumverpackungen erstellt werden. Dadurch lässt sich die Verpackungsqualität erhöhen und gleichzeitig der Arbeitsaufwand, die Verpackungskosten und die Versandschäden reduzieren.

Ein Beispiel für einen Verbesserungsvorschlag, der zum Patent angemeldet wurde und sich aktuell noch in Prüfung befindet, ist ein Gerät zum Einblenden von Grafiken in einem Fernsehsignal, wobei die Grafiken nicht nur in der deutschen Sprache, sondern zugleich auch in einer zweiten Sprache eingeblendet werden. Dies ist zum Beispiel für die Live-Übertragung ausländischer Fußballspiele interessant. Durch diese Erfindung können Bearbeitungszeiten deutlich verringert und die Sendesicherheit erhöht werden.



# Ökologische Aspekte der Arbeit

Sich der Wirkungen seines Tuns für die Umwelt bewusst zu sein, ist ein erster Schritt. Mehr zu tun, bedeutet weitere, auch kleinere Schritte zu gehen.



## Nachhaltiges Gebäudemanagement

Nachhaltigkeit im ZDF bezieht sich auch auf die Bewirtschaftung der ZDF-eigenen und fremdangemieteten Grundstücke und Gebäude. Nachhaltiges Facility-Management erfolgt sowohl unter Beachtung der ohnehin geforderten ökonomischen Maßgaben (Lebenszykluskosten einer Immobilie) als auch auf Basis ökologischer sowie sozialer und gesellschaftlicher Anforderungen. Dabei werden die sie charakterisierenden Kriterien nicht isoliert, sondern grundsätzlich in einem Gesamtzusammenhang betrachtet.

Ökologische Aspekte bestimmen aufgrund des Klimawandels, steigender Energiekosten und endlicher Ressourcenvorräte maßgeblich die Bewirtschaftungsstrategie. Sie sind Kern der Aktivitäten und beinhalten die Gesichtspunkte Ressourcenschonung, Schutz der globalen und lokalen Umwelt sowie Reduzierung des Gesamtenergiebedarfs eines Gebäudes.

Die ökologischen Ansätze bei der nachhaltigen Gebäudebewirtschaftung im ZDF zeigen sich etwa daran, dass die Zeitprogramme von Heizkesseln oder Zirkulationspumpen exakt an die Gebäudenutzung angepasst sind. So lässt sich der Gesamtenergie- und Wasserbedarf absenken. Auch die sukzessive Substitution veralteter haustechnischer Komponenten und der Einsatz einer effizienten Anlagentechnik tragen dazu bei.

Akzeptanz und Wertschätzung eines Gebäudes durch seine Nutzer haben einen hohen Stellenwert bei allen Überlegungen und Maßnahmen der ZDF-Gebäudebewirtschaftung. Die Integration behinderter Menschen in den Berufs- und Lebensalltag ist dabei besonders wichtig und findet etwa Berücksichtigung bei der Absenkung von Bordsteinen im Bereich von Fußgängerüberwegen oder der Verfügbarkeit von barrierefreien und behindertengerechten Sanitäranlagen.



### »Grün für orange« Vier Jahre Ökoprofit im ZDF

Lange Zeit galt Umweltschutz als teuer und unwirtschaftlich. Im Rahmen des Projektes Ökoprofit kann mit diesem Vorurteil aufgeräumt werden: Ökologisch sinnvolle Maßnahmen wirken sich häufig ökonomisch positiv aus.

Ökologische Aufgaben sind gesellschaftsrelevant und gehören auch für ein öffentlich-rechtliches Medienunternehmen zum Arbeitsalltag. Nicht nur als programmlicher Akzent sind Umweltfragen und deren Beantwortung in allen Bereichen des ZDF erwünscht. Denn unter dem immer wichtiger werdenden Vorsatz, unsere Umwelt zu schonen und zu schützen, gilt es zu überlegen, wie der Sender verstärkt zur nachhaltigen Entwicklung beitragen kann. Vor diesem Hintergrund nimmt das ZDF seit 2010 an Ökoprofit teil, einem Kooperationsprojekt zwischen der Stadt Mainz und verschiede-

nen in Mainz ansässigen Unternehmen. Es dient der Erarbeitung eines praxisnahen Maßnahmenkatalogs, mit dem das ZDF sowohl die Umwelt entlasten als auch den betrieblichen Ressourcenverbrauch und damit Kosten reduzieren kann.

In der bisherigen Projektarbeit hat das Ökoprofit-Umweltteam im ZDF, das sich aus Mitarbeitern des Gebäude- und des Arbeitsschutzmanagements zusammensetzt, den Fokus auf das Hochhaus im Sendezentrum 1 gelegt. Es galt, die spezifischen Betriebsdaten und Betriebskosten im Umweltbereich zu erheben und zu überprüfen. Neben dem Schwerpunkt Energieeinsparung wurden auch die Themen Abfalltrennung, Abfallkostenminimierung, Emissionsminderung und Umgang mit Gefahrstoffen sowie rechtliche Grundlagen betrachtet. Die Auswertung dieser Daten bildete die Basis für das Umweltprogramm. Dies beinhaltet mögliche Maßnahmen mit

ökologischem und ökonomischem Nutzen, deren Umsetzungszeitraum sowie eventuelle Investitionen und Ressourceneinsparungen.

Das ZDF wurde 2011 erstmals offiziell als Ökoprofit-Betrieb ausgezeichnet und unterzieht sich seitdem regelmäßigen Prüfungen um das Zertifikat zu erneuern.

Im Rahmen der Projektarbeit wurde eine ZDF-Umweltleitlinie erarbeitet, die als Grundlage für interne Abläufe und Maßnahmen des betrieblichen Umweltschutzes dienen soll.

Gemäß dieser Umweltrichtlinie versucht das ZDF in seiner Unternehmensführung, den Erfordernissen eines ökonomisch nachhaltigen und ökologisch sinnvollen Managements Rechnung zu tragen. Betriebliche Umweltsorge bedeutet, betriebliche Abläufe ganzheit-

lich zu betrachten, zu analysieren und zu verbessern. Nur durch den schonenden Umgang mit der Umwelt bei der Produktion und der Bereitstellung der Dienstleistungen können Belastungen für die Mitwelt reduziert werden. Das ZDF hält die Gesetze und Verordnungen sowie die behördlichen Auflagen strikt ein und setzt sich das Ziel, den betrieblichen Umweltschutz stetig zu verbessern. Bei allen Maßnahmen zum Umweltschutz orientiert es sich an den besten Techniken, die verfügbar sind und wirtschaftlich angewendet werden können.

Nach der ersten Zertifizierung hat das ZDF in den vergangenen Jahren etwa durch die Reinvestition in technische Anlagen, die Optimierung der Abfalltrennung sowie die Einführung von Recyclingpapier ökologisch relevante Maßnahmen umgesetzt, die sich nach Amortisation der Investition auch wirtschaftlich positiv auswirken.



### Verwertung von IT-Endgeräten

Seit vielen Jahren hat das ZDF ausgesonderte IT-Endgeräte nach der rückstandslosen Löschung aller Daten auf den Festplatten als Elektronikschrott kostenpflichtig entsorgt. Seit April 2013 werden nun alle ausgesonderten IT-Endgeräte des ZDF nach Löschung aller Daten zentral an die Werkstatt für behinderte Menschen (WFB), einem zertifizierten Zerlegebetrieb, abgegeben, welche die Module in ihrer Werkstatt in Mainz fachgerecht und sortenrein zerlegt und an zertifizierte Recycling- und Entsorgungsunternehmen übergibt. Dieses Entsorgungssystem wurde durch den TÜV nach DIN ISO 9001:2000 zertifiziert und wird jährlich bei der WFB überprüft.

Pro Jahr werden durchschnittlich rund 500 Rechner und 120 Laptops sowie zahlreiche Monitore und Drucker abgegeben. Im Jahr 2013 war die Menge durch die Umstellung des Betriebssystems viermal so hoch.

Durch diese neue Vorgehensweise unterstützt das ZDF eine gemeinnützige Einrichtung, leistet gleichzeitig einen Beitrag zum Umweltschutz durch wertvolle Rohstoffrückführung und spart darüber hinaus auch noch Entsorgungskosten.

### Nachhaltiger Einkauf

Auch in der Beschaffung hat es das ZDF in der Hand, ökologisch verträglich, sozial gerecht und wirtschaftlich sinnvoll erzeugte Produkte einzukaufen. Im Jahr 2013 lag der Fokus auf der Warengruppe Büroverbrauchsmaterialien.

Gibt es nachhaltigere Alternativen zu den verwendeten Büromaterialien? Wie kann der Einsatz von Recyclingpapier ausgeweitet werden? Welche gelisteten Materialien sind bereits zertifiziert? Kann man diese Öko-Produktpalette weiter ausbauen? Wie kann man nachhaltige Materialien für den Nutzer kennzeichnen, um die Auswahl zu erleichtern? Fragen wie diesen hat sich das Team Verwaltungseinkauf im Rahmen des Ökoprotit-Projektes gestellt. Mit Hilfe von Bewertungsrichtlinien wurden mehr als 500 gelistete Büroverbrauchs-materialien konsequent geprüft, bewertet und durch ein leicht verständliches Ampelsystem kategorisiert.



Die Nachweise, ob und inwieweit Anbieter nachhaltig wirtschaften und deren angebotene Dienstleistungen oder Produkte den Anforderungskriterien unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten entsprechen, werden unter anderem durch Lieferantenfragebögen, Zertifikate und andere Bescheinigungen unabhängiger Stellen erbracht.

Im Ergebnis sind 19 Prozent aller gelisteten Produkte zertifiziert. 95 Prozent der Büroverbrauchs-materialien sind aus ökologischer Sicht empfehlenswert oder sogar sehr empfehlenswert. Dieses Ergebnis wurde erzielt, indem Alternativprodukte mit besserer Umweltbilanz in den Katalog oder das Online-Bestellportal aufgenommen wurden. Zurück bleibt ein Satz von rund fünf Prozent an Produkten, zu denen es aktuell keine vergleichbaren Produkte mit besserer Umweltverträglichkeit gibt. So sind beispielsweise Klebestifte per se mit kritischen Inhaltsstoffen belastet.

Alle künftigen Neuaufnahmen in das Bestellportal werden den gleichen Bewertungskriterien unterworfen und, wo immer es möglich ist, den nachhaltigen Produkten Vorrang gewährt. Der Nutzer oder Besteller erkennt wertvolle und nachhaltige Büroverbrauchs-materialien an dem grünen go-Logo und kann nachhaltige Produkte bevorzugen.

Einige Beispiele für nachhaltige Beschaffungsmaßnahmen aus den Jahren 2012/2013 sind:





### Fahrzeugbeschaffung

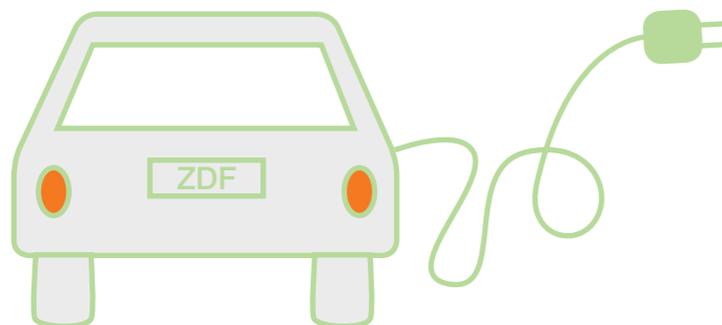
Die aktuellen Vorgaben der Vergabeverordnung werden bei Ausschreibungen berücksichtigt und seitens der Fachbereiche in Zusammenarbeit mit den Einkaufsabteilungen umgesetzt. So werden unter anderem die Kriterien Energieverbrauch und Schadstoffausstoß für die Bewertung der Angebote herangezogen. Die Fahrzeuge müssen die Abgasnorm Euro 5 erfüllen. Hinsichtlich des Kraftstoffverbrauchs sowie der CO<sub>2</sub>-Emission sind ebenfalls Grenzwerte festgelegt. Diese Kriterien für die Fahrzeugbeschaffung werden fortwährend überprüft und angepasst.

Darüber hinaus achtet das ZDF beim Reifenkauf für die Fahrzeuge auf ein Mischverhältnis von kraftstoffsparenden, lärmarmen und langlaufenden Reifen. Berufskraftfahrer werden in ECO-Trainings in einer besonders sparsamen Fahrweise geschult.

### Nächste Ausfahrt: Zukunft

Unter dem Aspekt, die ökologische Verantwortung des ZDF zu stärken, soll unter anderem die Elektromobilität im Unternehmen vorangetrieben werden. Auch im Bereich Mobilität setzt das ZDF-Hauptstadtstudio auf Nachhaltigkeit. So wird der erste Elektro-PKW im Berliner Zollernhof eingesetzt und ist künftig für Stadt- und Botenfahrten unterwegs. Das auffällige Design des Fahrzeugs trägt dazu bei, dass das Engagement des ZDF zum Thema Nachhaltigkeit und Umweltschutz ab sofort auf den Straßen Berlins sichtbar wird. Da die ersten Erfahrungen mit dem neuen Dienstfahrzeug positiv sind, soll 2014 ein weiteres Elektrofahrzeug hinzukommen, bei dem dann eine neuartige Technik das Handling im Ladeprozess deutlich vereinfachen soll. Die Vorteile bei der Nutzung von Elektrofahrzeugen sind vielfältig. Sie besitzen einen sehr hohen Wirkungsgrad von etwa 90 Prozent: Während beim Verbrennungsmotor mehr als ein Drittel der Energie durch die Wärme verloren geht, kommt die Energie beim Elektromotor fast zu 100 Prozent direkt dem Antrieb des Fahrzeugs zugute. Der Effizienzvorteil gegenüber einem Verbrennungsmotor wirkt sich besonders positiv im Stadtverkehr aus. Zudem sind die Elektromotoren deutlich weniger wartungsintensiv als Verbrennungsmotoren. Darüber hinaus entstehen beim Elektroauto während der Fahrt keine schädlichen Abgase.

Bei Ladung eines Elektroautos der Kompaktklasse aus dem europäischen Stromnetz werden lediglich 88 Gramm CO<sub>2</sub> emittiert. Das ist deutlich weniger als die meisten Autos mit Verbrennungsmotor verursachen. Dies lässt sich bei Nutzung von Lade-Strom aus erneuerbaren Energien (etwa der Solaranlage auf dem Dach des Hauptstadtstudios) bis auf ein Gramm CO<sub>2</sub> pro Kilometer reduzieren.



### Reinigungsdienstleistungen

Bei der Beschaffung von Reinigungsdienstleistungen werden über entsprechende Leistungsverzeichnisse umweltfreundliche, biologisch abbaubare Reinigungsmittel bevorzugt. Auf den Einsatz problematischer Reinigungsmittel wird verzichtet, um die Gefahren für Umwelt und Mensch zu minimieren. Die ökologischen Aspekte beinhalten neben den stofflichen Eigenschaften auch die Verringerung der eingesetzten Reinigungsmittelmenge und die Verarbeitung mit moderner Reinigungstechnik sowie organisatorische Aspekte, wie die Festlegung effizienter Reinigungsintervalle. Daneben werden soziale Aspekte, wie die Umsetzung rechtlicher Vorgaben hinsichtlich der Einhaltung von tarifvertraglichen Regelungen berücksichtigt.

Wesentlicher Aspekt zur Umsetzung der Nachhaltigkeitsziele ist auch die Schulung des eingesetzten Personals, wobei neben rein anwendungsspezifischen Aspekten insbesondere auch der ressourcenschonende Umgang mit den Arbeits- und Hilfsmitteln vermittelt werden soll.



### Kopierpapier

Bei der Bestellung von Kopierpapier werden neben den ökologischen Aspekten auch technisch-wirtschaftliche Kriterien beachtet. Es wird Wert gelegt auf Recyclingpapier oder Papier aus nachhaltiger Bewirtschaftung. Andererseits muss vor dem Hintergrund einer ganzheitlichen Nachhaltigkeitsbetrachtung, zur Vermeidung höherer Wartungskosten und Ausfallzeiten, die Maschinentauglichkeit, Staubentwicklung und Tonerhaftung, also die technische Zuverlässigkeit gewährleistet sein.

2013 wurden noch sechs Millionen Blatt Frischfaserpapier und 20,3 Millionen Blatt Recyclingpapier verbraucht. Für die kommenden Jahre wird mit einem Einsatz von 27,7 Millionen Blatt Recyclingpapier pro Jahr gerechnet. Damit ergeben sich Ressourcen-Einsparungen von 414.083 Kilogramm Holz und 4.381.318 Liter Wasser. Der Energieverbrauch wird um 902.289 Kilowatt-Stunden reduziert und die CO<sub>2</sub>-Emissionen um 24.049 Kilogramm gesenkt.





### Verhalten ändern – Ressourcen schonen

Untersuchungen zeigen, dass Ressourcenverschwendung am Arbeitsplatz in den seltensten Fällen absichtlich und mit dem Ziel der wirtschaftlichen Schädigung des Arbeitgebers praktiziert wird, sondern aus Gewohnheit und Unwissenheit über Alternativen geschieht. Voraussetzung für einen schonenden Umgang mit Ressourcen ist daher, bei den Mitarbeitern ein entsprechendes Bewußtsein zu schaffen.

In Zusammenarbeit zwischen dem Gebäudemanagement und dem Arbeitsschutzmanagement wurden die Hinweise zum sicherheitsgerechten Arbeiten in den einzelnen Gebäuden im Sendezentrum in Mainz um den Punkt Ressourcenschonung erweitert. Alle Beschäftigten können im Intranet-Auftritt des Arbeitsschutzmanagements nun wertvolle Tipps zur Energieeinsparung, Mülltrennung sowie allgemeine Hinweise zur Papiereinsparung finden.

### Sonnenkraft – Photovoltaik auf dem Dach des Hauptstadtstudios Berlin

Auf der Suche nach Einsatzmöglichkeiten für regenerative Energien im ZDF ist die Idee entstanden, das Hauptstadtstudio als sogenanntes Leuchtturmprojekt mit einer Photovoltaikanlage auszustatten. So wurde im August 2013 in Berlin eine Photovoltaikanlage auf dem Dach des Hauptstadtstudios installiert und in Betrieb genommen. Auf einer Fläche von rund 50 Quadratmetern wurden 27 Module installiert, die Solarstrom in das Hausnetz einspeisen. Sicherlich wird die dort durch Sonnenenergie erzeugte Strommenge von 7.000 Kilowattstunden nur einen kleinen Teil des gesamten Bedarfes des Hauptstadtstudios abdecken können. Doch es sollen erste Erfahrungen für künftige Projekte gesammelt werden.

Zudem führt auch dieser kleine Ansatz schon zu einer Einsparung bei der konventionellen Energieversorgung und ist ein Beitrag für den Umweltschutz durch die Erzeugung erneuerbarer Energie. Setzt man eine Betriebszeit von 20 Jahren voraus, können durch den Einsatz dieser Anlage die CO<sub>2</sub>-Emissionen um rund 96.000 Kilogramm reduziert werden.

**Auch im Hauptstadtstudio des ZDF steht das  
Thema Nachhaltigkeit ganz oben auf der Agenda.**



Über den Dächern des Hauptstadtstudios ist Sonne verstärkt gefragt.



### Erweiterung der Kälteleistung für sendewichtige Verbraucher

Um eine höhere Packungsdichte der fernsehtechnischen und datentechnischen Geräte in Technikgestellen und Technikräumen zu erreichen, werden im ZDF hauptsächlich wassergekühlte Technikgestelle eingesetzt. Diese sind an eine Kaltwasserversorgung ähnlich einem Heizungssystem angeschlossen. Sie benötigen zur Kühlung eine Temperatur von rund 12°C bis 16°C. Bisher waren diese senderelevanten Technikgestelle und alle anderen technischen Anlagen, die eine Kühlung benötigen, an das gleiche Kaltwassersystem angeschlossen. Dieses musste, um etwa die Klimatechnik wirksam versorgen zu können, eine Temperatur von 6°C vorhalten.

Mit der aktuellen Umsetzung der Netztrennung für die Kälteleistung kann nun erreicht werden, dass die Temperatur im Netz für die Gestell-Kühlung wesentlich höher sein kann. Damit werden Leitungsverluste minimiert. Zusätzlich besteht im Winter die Möglichkeit, mit Außenluftkühlung ohne das Zuschalten von Kältemaschinen – die sogenannte freie Kühlung – die benötigte Temperatur von 12°C zur Verfügung zu stellen. Gleichzeitig werden die übrigen Kälteverbraucher wie die Klimaanlage über das bestehende Netz weiter mit den dort nötigen tieferen Temperaturen versorgt.

Zur Kälteversorgung der Gestelle auch bei höheren Außentemperaturen werden neuartige hocheffiziente Anlagen eingesetzt. So kommen bei den Kältemaschinen magnetgelagerte Kompressoren mit überdurchschnittlichen Leistungszahlen zum Einsatz. Auch die eingesetzte Pumpentechnologie ist hocheffizient und liegt über den gesetzlich geforderten Effektivitätswerten. Zusätzlich besteht im Sendebetriebsgebäude eine Kopplung der neuen Kälteversorgung mit einer Außenluft-Ansaugung. So kann im Winter die Erwärmung der kühlen Außenluft für die Klimatisierung mit der Abwärme aus der Gestell-Kühlung bewerkstelligt werden. Zugleich wird zusätzliche Kälteenergie für die Gestell-Kühlung erzeugt.

Eine Aussage über die Höhe der damit verbundenen Energieeinsparungen kann aufgrund der Unsicherheit über die tatsächlichen Wetter-Gegebenheiten nur bedingt gemacht werden. Zusammen mit dem verbesserten Wirkungsgrad können so jährlich mindestens 25.000 Euro eingespart werden.

### Ökologisches Reisen mit der Bahn

Wenn ZDF-Mitarbeiter für ihr Unternehmen reisen, dann sind sie mit der Deutschen Bahn seit dem 01.04.2013 innerhalb Deutschlands zu 100% mit Ökostrom unterwegs. Von April bis Dezember 2013 sind hier 5.741.383 Personenkilometer mit der Nutzung der Bahn als Transportmittel zusammen gekommen. 92,2% der Geschäftsreisen im ZDF sind damit als nachhaltig einzustufen. Bei gleicher Anzahl der Fahrtenkilometer konnten im Vergleich zu einer Nutzung von Automobilen für Dienstreisen 934.185 kg CO<sub>2</sub> vermieden werden.



## Schritt für Schritt – Ökologie ganz konkret

Aktiver Umweltschutz erfordert eine ganzheitliche Steuerung. Grundlage dafür ist die Einführung und das Betreiben eines Energiemanagements. Dabei werden Verbrauchsdaten zeitnah erfasst, ausgewertet, Maßnahmen abgeleitet, deren Wirksamkeit überprüft und die Einhaltung von Vorschriften überwacht.

So wurden 2012 und 2013 zur besseren Verbrauchsbestimmung Energiezähler im Sendezentrum 1 nachgerüstet, ertüchtigt und vernetzt. Die Werte und Daten lassen sich nun über ein ZDF-eigenes, webbasiertes Zählwert-Erfassungssystem auslesen und für Effizienzuntersuchungen verwenden. Zur besseren Beurteilung der Verbraucher-Effizienz und des Lastverhaltens werden neben den Energie-Zählwerten auch aktuelle Messwerte wie Leistungen, Temperaturen und Ströme erfasst.

Nach dem erfolgreichen Aufbau dieses Zählwert-Erfassungssystems zur automatischen Auslesung und Erfassung der Energieverbräuche ist ab 2014 die Erweiterung hin zu einem Energiemanagement geplant. Dafür wurde zunächst ein Pilot zur Etablierung eines Energiemanagements für das ZDF-Hochhaus gestartet. Dabei wurden an den relevanten Messstellen die Energieverbräuche gezählt,

protokolliert und übersichtlich ausgewertet. Alle erfassten Verbrauchswerte werden gespeichert und können softwaregestützt nach unterschiedlichen Gesichtspunkten ausgewertet und analysiert werden. Aus diesen Untersuchungen der Energieverbräuche lassen sich Schwachstellen und Auffälligkeiten aufspüren und Energiesparmaßnahmen ableiten. Erfahrungswerte von anderen Unternehmen zeigen, dass die Ersparnis durch ein gewissenhaft betriebenes Energiemanagement bei über zehn Prozent der Gesamtenergiekosten liegen kann. Ziel ist es, ab 2015 jährlich eine dauerhafte Einsparung von 1,3 Prozent während der Projektlaufzeit zu erreichen. Bei einem zu erwartenden Energiekostenaufwand von rund neun Millionen Euro für das Sendezentrum 1 würde dies ein Einsparpotential von etwa 120.000 Euro pro Jahr bedeuten.

Weitere praktische Beispiele für ökologische Maßnahmen: Das ZDF treibt den Wechsel zu LED-Leuchtmitteln voran. So wurde das Aufnahmestudio des ZDF-Landesstudios Hannover bereits auf LED-Licht umgestellt. Die Aufnahmestudios der 18 Auslands- und anderen Inlandstudios sollen folgen. Diese Umstellung auf LED-Leuchtmittel vollzieht sich bis hin zu Dekorationsbauten. Im Bereich der Veranstaltungstechnik stellt das Team Bühne auf emulsionsarme Lacke und Farben um und setzt FSC-zertifiziertes Holz ein. Für alle erforderlichen Kleintransporte der Bühnen- und Lichttechnik auf dem ZDF-Gelände werden Elektrofahrzeuge eingesetzt.

Am 26. März 2014 wurde das ZDF für seine Erfolge im Bereich des betrieblichen Umweltschutzes erneut ausgezeichnet.



»Organisationen sollten sich bei ihren Aktivitäten der eigenen Verantwortung für die Umwelt bewusst werden, Umweltauswirkungen sorgfältig identifizieren und den Schutz der Umwelt in ihren Entscheidungen angemessen reflektieren.«

Bundesministerium für Arbeit und Soziales: Leitfaden zur DIN ISO 26000

## Green-IT und Cloud Computing

Das ZDF verfolgt in seinem Geschäftsbereich Informations- und Systemtechnologie Green-IT und Cloud Computing als aktuelle Trends in der Informations- und Kommunikationstechnologie. Dahinter verbergen sich energiesparende Basistechnologien und Standardisierungsfortschritte im Rechenzentrum des ZDF. Dort werden rund 1000 sogenannte IT-Server betrieben. Allerdings verfolgen moderne Unternehmen die Automatisierung von Datenverarbeitungsprozessen und stellen Jahr für Jahr neue Anforderungen an IT-Systeme.

Im ZDF wird verstärkt Fernsehetechnik mit Informationstechnologie realisiert. Energiesparender Technik wirkt ein Mehr an IT-Bedarf entgegen. Dies muss man sich bei der Gesamtbilanz des Energieverbrauchs eines Unternehmens bewusst machen. Der tatsächliche Stromverbrauch der Rundfunksender wird begleitend vom Institut für Rundfunktechnik, dem zentralen Forschungsinstitut der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, untersucht.

PCs am Arbeitsplatz werden bedarfsorientiert umgetauscht, so dass sich die Lebensdauer der Geräte verlängert.

# Unternehmensführung und Transparenz

»Es ist Zeit, die Transparenz bei unternehmerischen  
Nachhaltigkeitsthemen weiterzuentwickeln.«

Marlehn Thieme, Vorsitzende des Rates für Nachhaltige Entwicklung

Mit dem Zweiten sieht man **besser**



## Verantwortung gegenüber dem Beitragszahler

Rund 80 Prozent seiner Aufwendungen deckt das ZDF durch Erträge aus Rundfunkbeiträgen, die sich im Jahr 2013 auf rund 1,78 Milliarden Euro belaufen haben. Wer eine Wohnung hat und nicht aus sozialen Gründen von der Beitragspflicht befreit ist, trägt zu dieser finanziellen Grundausstattung bei. Daraus erwächst für das ZDF eine hohe Verantwortung, sorgfältig mit den Rundfunkbeiträgen umzugehen.

Zunächst steht das ZDF in der Verantwortung, seinen Programmauftrag so umzusetzen, dass jeder Zuschauer interessante Angebote vorfinden kann. Die entsprechende Vielfalt garantiert die ZDF-Programmfamilie, einschließlich der Sparten- und Digitalkanäle. So bietet beispielsweise das Digitalprogramm ZDFinfo dem besonders an Informationen interessierten Zuschauer ein auf ihn zugeschnittenes Angebot, während in ZDFneo insbesondere junge unterhaltende Formate wie Serien, Shows, Reportagen und Dokutainment-Formate zu finden sind. Das Telemedienangebot des ZDF offeriert ergänzende Informationen und ermöglicht die zeitsouveräne Nutzung ausgewählter Sendungen über die ZDFmediathek im Internet.

Das ZDF trägt bei alledem Verantwortung für einen sparsamen und wirtschaftlichen Umgang mit den vom Beitragszahler bereitgestellten Finanzmitteln. Dass der Sender diesem gerecht wird, belegen die regelmäßigen Prüfungen, etwa durch den zuständigen Rechnungshof. Auch die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs prüft regelmäßig sehr genau, ob den Grundsätzen von Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit entsprochen wird. Die Höhe des Rundfunkbeitrags liegt bei 17,98 Euro und ist vom 1. Januar 2009 bis zum 31. Dezember 2014 stabil. Diese langjährige Stabilität liegt zum einen in höheren Erträgen nach der Umstellung auf den Rundfunkbeitrag begründet, konnte wegen der Preisentwicklungen aber dennoch nur mit erheblichen Einsparungen erreicht werden.

Der neue Rundfunkbeitrag, der zum 1. Januar 2013 die geräteabhängige Rundfunkgebühr ablöste und nun pro Wohnung oder pro Betriebsstätte zu entrichten ist, trägt auch dazu bei, die Finanzierung des öffentlichen Rundfunks zu vereinfachen und zu entbürokratisieren. Die Kosten des Beitrags einzugs sinken spürbar, sodass ein größerer Anteil der Erträge in das Programm fließen kann. Der in den Jahren 2013 bis 2014 durchgeführte einmalige Datenabgleich mit den Einwohnermeldebehörden zur Erfassung aller Wohnungen, an die die Beitragspflicht anknüpft, trägt zur Erhöhung der Beitragsgerechtigkeit bei.

Seit dem 1. Januar 2013 zahlen Bürger mit Behinderungen, die bislang von der Rundfunkgebühr befreit waren, ein Drittel des Rundfunkbeitrags, sofern sie nicht aus sozialen Gründen und auf Antrag von der Beitragspflicht befreit werden. Im Gegenzug haben ARD und ZDF ihre Angebote zur Beteiligung seh- und hörbekinderter Menschen an ihren Programmen ausgeweitet und bieten nun deutlich mehr Sendungen mit Untertitelung oder Audiodeskription an.

Die Verantwortung des ZDF zeigt sich darüber hinaus in einer hohen Transparenz. Das Internetangebot des ZDF liefert eine Vielzahl von Unternehmensinformationen einschließlich der Daten zum Jahresabschluss und zum Haushaltsplan. Auf diesem Wege kann sich jeder Interessierte darüber informieren, wofür die Einnahmen aus dem Rundfunkbeitrag beim ZDF eingesetzt werden. Die unter [www.unternehmen.zdf.de](http://www.unternehmen.zdf.de) veröffentlichten Informationen über den Sender, dessen Organisation und Finanzen sowie über vieles mehr sind in den Jahren 2013 und 2014 erheblich ausgeweitet worden.

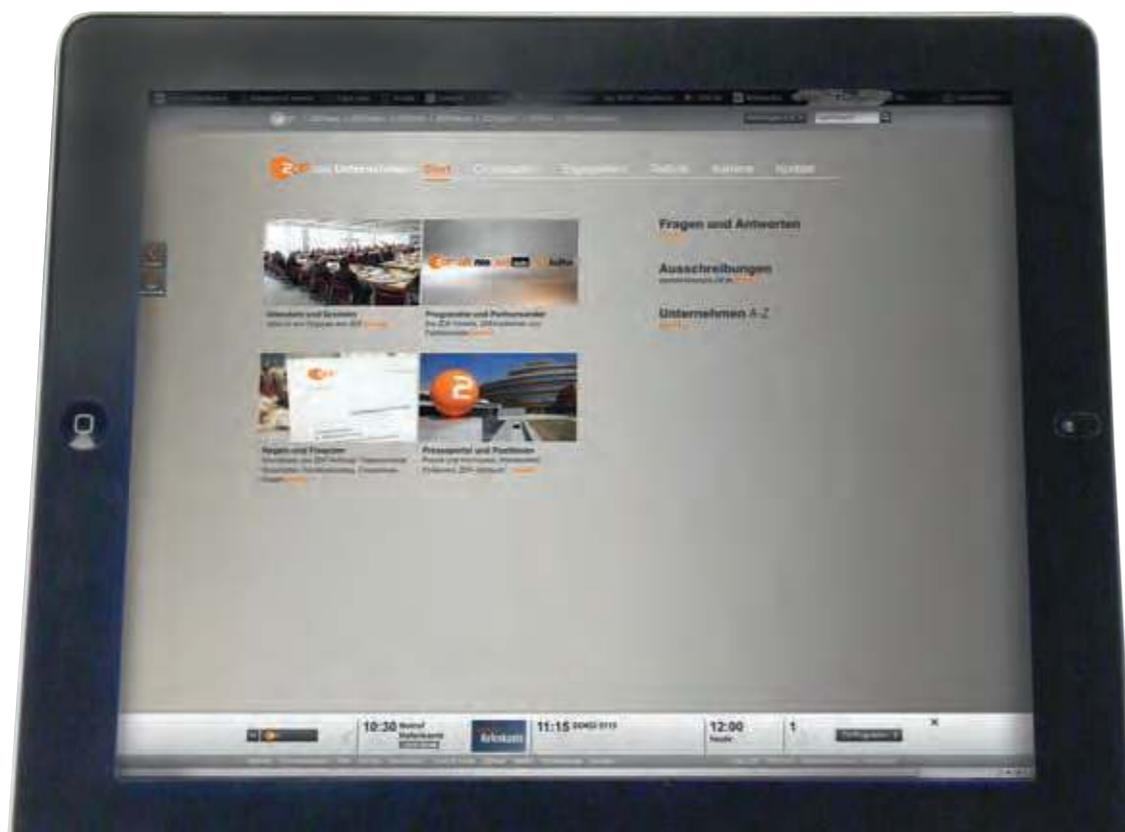
[www.rundfunkbeitrag.de](http://www.rundfunkbeitrag.de)



## Digitale Verantwortung – Datenschutz im ZDF

Datenschutz hat im ZDF einen hohen Stellenwert – sowohl innerhalb des Unternehmens, etwa beim IT-Einsatz oder im Personalbereich, als auch im Fernsehprogramm und Online-Angebot. Der Datenschutzbeauftragte des ZDF überwacht die Einhaltung der Datenschutzvorschriften des ZDF-Staatsvertrages und sämtlicher weiterer Vorschriften über den Datenschutz, die das ZDF betreffen. Er beantwortet die zahlreichen den Datenschutz betreffenden Eingaben und Anfragen von Zuschauern und Nutzern der ZDF-Online-Angebote. Er schult die Mitarbeiter und berät das ZDF bei den vielfältigen Einzelmaßnahmen zur Gewährleistung des Datenschutzes und der IT-Sicherheit. Alle zwei Jahre erstattet der Datenschutzbeauftragte umfassend Bericht über seine Tätigkeit.

[www.datenschutz.zdf.de](http://www.datenschutz.zdf.de)



## Transparenz konkret: Mehr Unternehmensinformationen im Netz

Die Transparenz für die Beitragszahler erkennbar weiter erhöhen – seit 2013 gehört dies zu den strategischen Zielen des ZDF. Erreicht wird es vor allem über den kontinuierlichen Ausbau der Informationen auf den Unternehmensseiten des ZDF. Schließlich sind die gestiegenen Erwartungen, wesentliche Fakten zu einem öffentlich-rechtlichen Rundfunksender schnell einsehen zu können, auch vom Siegeszug des Internets mitbestimmt. Unter [www.unternehmen.zdf.de](http://www.unternehmen.zdf.de) können Rundfunkbeitragszahler deshalb seit 2013 auf einen Klick noch mehr Wissenswertes rund um »Intendant und Gremien«, »Programme und Partnersender«, »Regeln und Finanzen« sowie »Presse und Positionen« erfahren.

Das ZDF gibt dort nicht nur Einblick in die staatsvertraglichen Grundlagen und Satzungen des Senders. Auch über Compliance-Regeln, Geschäftsleitungs-Gehälter, Finanzpläne und Leitlinien der Programmarbeit können sich die Beitragszahler schnell und kompakt informieren. Ebenso wird dort die Arbeit der Aufsichtsgremien des ZDF transparent dargestellt. Unter [www.fernsehrat.zdf.de](http://www.fernsehrat.zdf.de) sind Sitzungstermine samt Tagesordnungen, Beschwerdeberichte, Beschlüsse sowie Selbstverpflichtungserklärungen und Bilanzen auffindbar. Die Arbeit und Struktur des ZDF-Fernseh Rates und seiner Ausschüsse werden ausführlich beschrieben – und die Intensität der Gremienarbeit klar erkennbar.

Bisher erläuterte das ZDF besonders umfassend in seinem Jahrbuch, wie es seine finanziellen Mittel einsetzt. Das Periodikum erschien 2013 zum letzten Mal in gedruckter Form. Stattdessen sind nun alle wichtigen Informationen aus dieser Publikation, von den Finanzdarstellungen bis zu den Zahlen zum Programmaufwand, jederzeit auf den Unternehmensseiten im Internet verfügbar. So kann permanent nachvollzogen werden, was Grundlage des Programmschaffens im Zweiten ist. Schon längst bewährt hat sich eine weitere Form der Transparenz: Den Haushaltsplan genehmigt der ZDF-Fernseh Rat in öffentlicher Sitzung.

Die Transparenz über die Arbeit des ZDF wurde auch dadurch erheblich gesteigert, dass das bislang nur für akkreditierte Journalisten zugängliche Presseportal mit seinen umfangreichen Informationen und Materialien seit Ende des Jahres 2013 frei zugänglich ist.

Die Neugestaltung der Internetseiten über das Unternehmen ZDF und der Relaunch des Presseportals haben die Transparenz im Sinne der Rundfunkbeitragszahler zuletzt sichtbar erhöht. Doch die Arbeit zu mehr Offenheit geht weiter: Im Frühjahr 2014 vereinbarten das ZDF und die Produzentenallianz, mehr Transparenz bei der Vergabe von Auftragsproduktionen sicherzustellen – etwa über die Darstellung der durchschnittlichen Kosten von Produktionen nach Genres. Auch der Tätigkeitsbericht des Intendanten ist seit Mai 2014 online verfügbar. Die Übersichten über weitere Programm- und Personalkosten, die Einschaltquoten und die Online-Visits sowie die ZDF-Chronik werden künftig für alle einsehbar die Verantwortung gegenüber dem Beitragszahler dokumentieren.

[www.unternehmen.zdf.de](http://www.unternehmen.zdf.de)

## Das Beschwerdemanagement des Fernsehrats

Der Fernsehrat versteht sich als Anwalt der Zuschauer. Er begrüßt deshalb deren Rückmeldungen zum Programm und wertet die Anregungen und die Kritik aus. Der Fernsehrat setzt sich insbesondere mit jeder Form der Programmkritik auseinander. Von allgemeinem Missfallen oder Kritik zu unterscheiden ist dabei die förmliche Programmbeschwerde gemäß § 21 Absatz 2 der ZDF-Satzung, die ausdrücklich rügt, dass eine Sendung des ZDF gegen die Programmgrundsätze verstoßen habe.

Die an den Fernsehrat gerichteten Programmbeschwerden behandelt das Gremium in einem förmlichen Beschwerdeverfahren. Die Grundsätze für dieses Verfahren hat der Fernsehrat in seiner Sitzung am 7. März 2014 konkretisiert. Die von ihm beschlossenen Verfahrensgrundsätze beschreiben formale und inhaltliche Voraussetzungen, unter denen das Verfahren der förmlichen Programmbeschwerde gemäß § 21 Absatz 2 der ZDF-Satzung eröffnet ist.

Weitere Grundsätze regeln die Behandlung von Mehrfach- und Massenbeschwerden, die Tenorierung der Entscheidung sowie die Benennung von Berichterstatlern. Die Verfahrensgrundsätze sind auf der Internetseite des Fernsehrates unter der Rubrik Programmbeschwerden veröffentlicht.

Im Jahr 2012 gingen 256 und im Jahr 2013 108 förmliche Programmbeschwerden beim Fernsehrat ein. Davon durchliefen 2012 15 und 2013 17 Beschwerdevorgänge das gesamte Verfahren bis zur Entscheidung im Plenum des Fernsehrates. Ferner wurden an den Fernsehrat in den Jahren 2012 309 und 2013 359 sonstige Beschwerden und Eingaben gerichtet.

Die in der Sitzung des Fernsehrates am 7. März 2014 beschlossenen Verfahrensgrundsätze tragen zu einem transparenten Beschwerdemanagement bei. Gleichzeitig stellt das Beschwerdeverfahren für den Fernsehrat einen wichtigen Baustein zur Rückkopplung an die Zuschauer sowie zur Überwachung und Qualitätssicherung des Programms dar.

[www.fernsehrat.zdf.de](http://www.fernsehrat.zdf.de)

**»Nachhaltige Entwicklung heißt, Umweltgesichtspunkte gleichberechtigt mit sozialen und wirtschaftlichen Gesichtspunkten zu berücksichtigen. Zukunftsfähig wirtschaften bedeutet also: Wir müssen unseren Kindern und Enkelkindern ein intaktes ökologisches, soziales und ökonomisches Gefüge hinterlassen. Das eine ist ohne das andere nicht zu haben.«**

Rat für Nachhaltige Entwicklung



## Verantwortung im Dialog

Dieser Bericht soll zu einem weiterhin produktiven Austausch über das gesellschaftliche Engagement und die unternehmerische Verantwortung des ZDF anregen. Wenn dabei der Aspekt der Wesentlichkeit betont wird, so folgt das den internationalen Reporting-Empfehlungen, wie sie etwa die Global Reporting Initiative in ihren aktuellen G4-Leitlinien formuliert. Warum und wie Inhalte als wesentlich empfunden werden, hängt von der Perspektive, der Einstellung und auch dem Einfluss des Betrachters ab. Als öffentlich-rechtlich verfasstes Unternehmen misst sich das ZDF an seinem nachvollziehbaren Beitrag für die Gesellschaft als Ganzes. Und diese Nachvollziehbarkeit beruht wesentlich auf vertrauensvoller Kommunikation mit Partnern, Zuschauern und Interessengruppen sowie auf unternehmerischer Offenheit und Transparenz.

[www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)

## Impressum

Verantwortlich: Alexander Stock  
Redaktion: Thomas Hagedorn,  
Prof. Dr. Jens Müller, Meike Painter,  
Mona Wohn  
Gestaltung: ZDF/Katrin Fischer  
Herstellung: ZDF/Gabriela Brück  
Druck: Höhn GmbH, Ulm  
© ZDF Mainz 2014

## Bildnachweis

Aktion Mensch/Thilo Schmülgen, Archivo Nacional de la Imagen-Sodre, Montevideo/Cineteca di Bologna, Charta der Vielfalt, Colourbox.de/Mykola Mazuryk, Deutscher Kamerapreis, dpa/Daniel Karmann, dpa/Patrick Pleul, KiKA/Melanie Grande, KinderHilfe Philippinen/Jürgen Schneidt, Kindersoftwarepreis, Meike Engels, photothek.net/Ute Grabowsky, pr/Neumann und Rodtmann, Unsere Geschichte. Das Gedächtnis der Nation e.V., ZDF/Thomas Aurin, ZDF/Kerstin Bänsch, ZDF/Doris Biagioni, ZDF/Aris Bibudis, ZDF/Clarins, ZDF/Benno Kraehahn, ZDF/Jürgen Detmers, ZDF/Katrin Fischer, ZDF/Tobias Kaufmann, ZDF/Martina Gauss, ZDF/Ralf Guenther/BILD, ZDF/Birgit Hupfeld, ZDF/Alexander Janetzko, ZDF/Max Kohr, ZDF/Nicolas Maack, ZDF/Stefan Mühler, ZDF/Gordon Muehle, ZDF/Marcus Noessing, ZDF/Rico Rossival, ZDF/Julian Röder, ZDF/Jule Roehr, ZDF/Heidi Schade, ZDF/Horst Schick, ZDF/Matthias Wohlrab

